
Juli | August | September · 39. Jahrgang · ISSN 2194-7139 · Jahresabo PDF € 25,00 · Print € 32,40

VISUELL aktuell

Informationen für Bildkäufer, Agenturen und Fotoproduzenten 3 | 2012

Mit dem iPhone auf Reisen

ImagineChina

FREELENS**FOUNDATION**

Tu' Gutes und
rede darüber!

››› www.freelens-foundation.org

An unsere
VISUELL aktuell-Bezieher
der Print- und Onlineausgabe

Umsteigen

Die ersten organisierten Nachrichten- und Briefübermittler waren die „reitenden Boten". Unterwegs mussten sie häufig die Pferde wechseln und *umsteigen*.

Auch Autofahrer steigen laut Statistik alle 6-8 Jahre in neue Vehikels um, soweit ihre Fahrzeuge nicht bewusst zu Oldtimern werden sollen.

Von Höhlenzeichnungen über Skizzen, Gemälde, Stahlstiche, Schwarz-Weiß-Fotos, Farbbilder bis hin zur digitalen Fotografie werden immer neue Darstellungsformen gewählt oder auf diese ***umgestiegen***. Verlage werden im Print-Umfeld noch mehr Marktanteile verlieren und sind im Begriff, auf die neuen elektronischen und digitalen Technologien ***umzusteigen***. Text- und Bildinformationen haben an Bedeutung gewonnen und Illustrationen als Zeichnungen, Fotos oder Montagen werden mehr denn je publiziert und nachgefragt.

Umsteigen kann man auch zu früh oder zu spät. Die ersten Faxnutzer konnten lange nur mit wenigen Partnern kommunizieren, und heute ist die Faxübermittlung, nach einer gewissen Blütezeit, nur noch ein Randgebiet. „Wer zu spät kommt, den bestraft das Leben." Es lohnt sich über diesen bekannten Ausspruch nachzudenken!

Die erste Vorstellung einer Bildreportage, die per Smartphone hergestellt wurde – war zu sehen in der letzten Ausgabe unserer Zeitschrift und erbrachte viele Rückfragen. Mobile Imaging – die Fotografie mit Mobiltelefonen und Smartphones – wird auf der kommenden photokina im September ein besonderes Thema sein. Diese Technik wird sich aller Voraussicht nach schneller weiterentwickeln, und so steht die berechtigte Frage im Raum: „Wann wird die derzeitige Fototechnik passé sein?". Die Verkaufszahlen für digitale Kompaktkameras der mittleren Preisklasse gingen stark zurück. Die Qualität der Handyfotos steigt und Modelle mit 3D-Aufnahme-Möglichkeiten sowie das Internet machen das Smartphone zum Terminal. Nicht nur Amateure sind *Umsteiger*.

Seit knapp einem Jahr gibt es unser Magazin **VISUELL aktuell** als Online-Ausgabe (PDF) oder parallel dazu – wie seit 40 Jahren – das gedruckte Heft. Damit gehören wir als Informationslieferanten auch zu den *Umsteigern* und freuen uns, dass der größte Teil unserer Leser gleichfalls *umgestiegen* ist.

Aufgrund einer Lesernachfrage aus dem Bildnutzerbereich stellen wir im vorliegenden Heft eine Agentur aus China vor. Auf Seite 26 finden Sie eine Reportage aus Vietnam und Kambodscha, die mit dem Smartphone entstand.

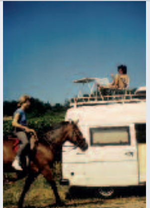
Über Ideen, Vorschläge und Meinungen unserer Leser freuen wir uns immer!

Alles Gute und viele Grüße aus Baden-Baden

Presse Informations Aktiengesellschaft
Dieter Brinzer



TITELBILD



Das arrangierte und bis jetzt unveröffentlichte Bild des Titels entstand in den Weinbergen der Pfalz.

Foto: PIAG/Brinzer




2 kultur og medier

BERGENS TIDENDE LØRDAG 9. APRIL 2011

Like før midnatt natt til 9. april passerer den tyske flåtestyrken Marstein fyr. Med 1900 soldater om bord skal Bergen inntas ved morgengry kl. 04.15.

Spredte forsøk på motstand



WEITERE RUBRIKEN

Erscheinungstermin der nächsten VISUELL aktuell-Ausgabe ist der 15. Oktober 2012.

Tagesaktuelle Nachrichten lesen Sie in der Zwischenzeit wie gewohnt auf www.piag.de und jeden Freitag in unserem kostenlosen Newsletter.

dapd bald auch in Polen, Spanien und Italien?

Immer internationaler richtet sich die noch junge und doch schon gut eingeführte Informationsagentur dapd aus. Nach einer Äußerung von Peter Löw – einem der zwei Privatleute, die dapd aufgebaut und finanziert haben – werden Gespräche mit eventuellen Partnern in Polen, Spanien und Italien geführt.
Hierbei geht es nicht nur um Tageszeitungskunden und die Auswertung von Bildern des inzwischen sehr großen zusammengekauften Bildbestandes. Nach Aussage von Peter Löw werden die Haupterträge des Unternehmens bald nicht mehr nur im Printbereich erwirtschaftet. Geplant und ausgedacht sind nach Löw andere Erlösquellen in Verbindung mit international tätigen Organisationen und Industrieunternehmen.
Die Übernahme des millionenschweren Informationsetats des Auswärtigen Amtes der BRD zeigt an, in welche Richtung und Dimension es gehen soll.

Picture-Alliance meldet 8.400 neue Videos

Das Geschäft mit Videos wird immer umfangreicher und interessanter, und das hundertprozentige Tochterunternehmen der dpa Picture-Alliance rüstet weiter auf.
Neuer Partner ist die Science Photo Library in London – eine Agentur, die auf medizinische und wissenschaftliche Aufnahmen spezialisiert ist. Neben 8.400 neuen Videos kommen durch die Kooperation auch 14.000 Fotomotive zum Bestand der Picture-Alliance hinzu, bzw. Zugriffsmöglichkeiten auf diese Motive.

SPORTFOLIO – auch bei i-picturemaxx!

SPORTFOLIO ist eine Agentur mit einer stetig wachsenden Sammlung einzigartiger Sportportraits und Sportreportagen, angeboten von den Gründern der Berliner Agentur Periscope-Creative Tim Rhodes und Luke Lalor.
Mit mehr als zwei Jahrzehnten Erfahrung in der Sportfotografie bietet SPORTFOLIO außergewöhnliche Motive, beispielsweise zu Sportarten wie Fußball, Formel Eins, Tennis, Schwimmen, Olympische Spiele, Leichtathletik, Rugby, Radfahren, Boxen und mehr – aufgenommen von weltweit führenden Sportfotografen.

dapd kauft Picture Press

Das Foto-Archiv wurde erweitert durch die Übernahme der Bildagentur Picture Press von Gruner + Jahr. Die Berliner Käufer haben mit den Hamburgern eine mehrjährige exklusive Vermarktungskooperation im Syndikationsgeschäft für den deutschen Markt vereinbart. Picture Press hat mehr als 200 Fotografen unter Vertrag und verfügt über ein Archiv mit über 500.000 digitalisierten Bildern.
„Als exklusiver Kooperationspartner von Gruner + Jahr kann Picture Press die hochwertigen Bilder des größten Zeitschriftenverlags Europas zeitnah anbieten“, so dapd-Vorstand Dr. Martin Vorderwülbecke. „Unsere Kunden schätzen unsere umfassende und aktuelle News-Fotografie. Die hochwertigen Fotoproduktionen von Picture Press ergänzen dieses Angebot perfekt.“
Picture Press wird als eigenständige Marke am Standort Hamburg bleiben. Der bisherige Geschäftsführer, Martin Borek, scheidet aus. Die neue Geschäftsführung der Bildagentur übernehmen Katharina Doerk und Ulf Schmidt-Funke, die bereits innerhalb der dapd-Gruppe für das Geschäftsfeld Foto zuständig sind.
Bereits im vergangenen Jahr übernahmen die Berliner die französische Bild-Agentur Sipa Press. Mit rund 26,5 Millionen Fotos von Sipa stieg damals das Archiv der dapd auf rund 35 Millionen historische und aktuelle Einzelaufnahmen. „Wir verfügen damit über ein Bildarchiv, das drei Mal so groß ist wie das unseres wesentlichen Wettbewerbers“, kommentiert Agentur-Gesellschafter Peter Löw.

Brauer Photos in neuem Domizil

Die Bildagentur Brauer Photos, eine der renommiertesten People- und Society-Pressebildagenturen Deutschlands, residiert nun im neuen Domizil.

Brauer Photos bedient den nationalen und internationalen Medienmarkt täglich mit Bild- und Textangeboten.

Da die Agentur bereits auf über 30 Jahre Erfahrung in diesem Bereich zurückblicken kann, gehören Professionalität, Aktualtität, Exklusivität und Seriosität zum Markenzeichen von Brauer Photos.

Themenschwerpunkte der Agentur sind:
Events – Celebrities – Society – Homestorys – Fashion

Neue Adresse:

Brauer Photos, Cosimastrasse 131, 81925 München



APA und ÖNB vertiefen Bildkooperation

Die Österreichische Nationalbibliothek (ÖNB) und die APA – Austria Presse Agentur – schlossen eine Kooperation zur systematischen Sammlung und Archivierung historischer und gegenwärtiger Pressefotografie in Österreich. Ziel ist es, aktuelle Pressefotos der APA über das Bildarchiv der Österreichischen Nationalbibliothek der Wissenschaft zur Verfügung zu stellen.

Monat für Monat werden aus der aktuellen Produktion der APA-Bildredaktion jene Bestände von Expertinnen und Experten der ÖNB ausgewählt und archiviert, die auch noch in 100 Jahren ein lebendiges und vielfältiges Bild des öffentlichen Lebens in Österreich vermitteln werden.

Gleichzeitig mit der Archivierung des APA-Materials wurde vereinbart, dass APA-PictureDesk die Bestände der ÖNB nun auch international anbieten kann. Derzeit stehen 236.000 ÖNB-Bilder in der Datenbank zur Verfügung.

www.apa.at

Neue Partnerschaft zwischen Lonely Planet und Getty Images

Getty Images ging eine Partnerschaft mit dem bekannten Reiseexperten Lonely Planet ein. Dabei übernimmt Getty Images auf exklusiver Basis den internationalen Vertrieb für die Sammlung an Reisebildern, die Lonely Planet in den vergangenen 14 Jahren aufgebaut hat.

Die aktualisierte Kollektion umfasst mehr als 420.000 zeitgenössische Reiseaufnahmen von Lonely Planet Images. Im Rahmen der Partnerschaft wird Getty Images außerdem anbieten, die weltweit anerkannten Fotografen von Lonely Planet zu vertreten und ihre Präsenz im internationalen Bildmarkt noch weiter auszubauen. Ungefähr 370 Fotografen versorgen die Agentur jährlich mit 50.000 – 70.000 exklusiven Bildern.

www.lonelyplanet.com

www.gettyimages.de

Clip Dealer präsentiert über 12 Millionen Medien

Clip Dealer, Anbieter lizenzfreier Fotos, Videos, Musik und Geräusche hat sein Angebot weiter ausgebaut und bietet jetzt über 12 Millionen Medien an.
Die Preise ab 1,90 Euro basieren auf einem Festpreissystem, das sich nach Größe und Qualität staffelt. Der Kunde zahlt in Euro, ohne ein Abo abschließen zu müssen oder Credits zu erwerben.
ClipDealer bietet ausschließlich lizenzfreie Medien zum Einheitspreis an. Jedes Medium hat bei diesem System in einer Auflösung bzw. Qualitätsstufe immer denselben Preis. Dabei ist der Preis auch unabhängig davon, wofür, wie lang oder an welchem Ort es verwendet wird.
Die Preise für Fotos beginnen bei 1,90 Euro, Videoclips ab 9,90 Euro. Geräusche ab 3,90 Euro und Vektorgrafiken ab 9,90 Euro.

www.clipdealer.de

Als Print- und Online-Ausgabe erreicht unser Magazin rund 8.000 regelmäßige Bezieher und ist damit Marktführer.

Planinsolvenz

Fotoagenturen spüren immer mehr den rauen Wind auf dem Bildmarkt. Die Entlassungswelle bei festen Mitarbeitern ist weitgehend gestoppt, und Teilzeitkräfte führen die verringerten Arbeiten weiter. Kleine Agenturen haben ihre Arbeit zum Teil bereits ganz eingestellt, sich bei anderen Agenturen eingebunden oder kämpfen ums Überleben.
Die in Bonn ansässige Bildagentur Vario images kündigt eine Sanierung und Umstrukturierung an und will dies im Rahmen einer eigenverwalteten Planinsolvenz realisieren.
Im Klartext bedeutet dies, dass der Betrieb unverändert weitergeführt wird. Mit Hilfe eines Fachmanns, vom Amtsgericht zur Verfügung gestellt, wird an einem Sanierungsprogramm gearbeitet.

KKR unterstützt Fotolia-Wachstum mit kräftiger Finanzspritze

Die private New Yorker Beteiligungsgesellschaft Kohlberg Kravis Roberts & Co. L.P. (KKR) investiert 150 Millionen US-Dollar in die Microstock-Bildagentur Fotolia und ist damit neuer Hauptinvestor des Unternehmens.
Bislang war Fotolia seit der Gründung 2004 aus eigener Kraft organisch gewachsen. Der Einstieg von KKR markiert nun die nächste Stufe des strategischen Wachstums der Microstock-Agentur. Mit dem frischen Kapital will Fotolia seine führende Position auf dem internationalen Bildmarkt stärken und ausbauen. Unter anderem soll in die weitere globale und regionale Expansion auch durch Akquisitionen, in globales Marketing, zusätzliches Personal und in Technologie investiert werden.

Die Fotolia LLC mit Sitz in New York betreibt Webseiten in 12 Sprachen in 15 Ländern und Regionen rund um den Globus und ist in Europa eine der führenden Microstock-Anbieter mit mehr als 17 Millionen Bilder und Videos und rund drei Millionen Mitgliedern. Das rasante Wachstum des Ende 2004 in New York City gegründeten Unternehmens bescheinigt der ersten unabhängigen Microstock-Bildagentur ein kluges und zielstrebiges Marketing in den 7 Jahren ihres Bestehens.

www.fotolia.de

dapd beliefert das Auswärtige Amt

Die Auschreibung des Auswärtigen Amtes, die zur Vergabe des Auftrags zur Belieferung mit Nachrichten aus aller Welt führte, wurde nun endgültig bestätigt. Die dapd ist seit Juni Dienstleister für den Diplomatischen Dienst des Auswärtigen Amtes für die Lieferung weltweiter Nachrichten in insgesamt acht Sprachen und wird dafür einen Betrag von rund 3 Mio Euro pro Jahr kassieren. Das Oberlandesgericht Düsseldorf hat eine Klage des Konkurrenten und jahrzehntelangen Etathalters dpa gegen die Bundesregierung abgewiesen.

Das Angebot der dapd sei weder Dumping noch würde eine US-Sicht aufs Weltgeschehen dominieren, weil dapd Meldungen der US-Agentur AP übersetzen lasse. Das Gericht stützt damit einen Beschluss der Vergabekammer des Bundes gegen den Einspruch von dpa.

„Bis Ende 2010 belieferte dpa das Auswärtige Amt und kassierte dafür pro Jahr 3,5 Mio Euro, der Bundesrechnungshof rügte das Fehlen einer öffentlichen Ausschreibung. Als das Amt den Etat ausschrieb, belegte die dpa nur den dritten Rang.

Fehlt ein VISUELL aktuell-Heft?

Vergriffen sind alle Printausgaben 4/2011. Die PDF-Ausgabe steht nach wie vor zur Verfügung.

Von der Ausgabe 1 und 2/2012 gibt es noch Printausgaben.

Nachlieferungen unter bestellung@piag.de

Neue Kontaktdaten für PAGE SEVEN IMAGES

Die Fotografen-Agentur PAGE SEVEN IMAGES versteht sich als ausgelagerte Fotoredaktion, mit dem Ziel, ihren internationalen Medienkunden Arbeitserleichterung, Zeitersparnis und ein hoch qualitatives, überraschendes Bildangebot zu bieten.

Dementsprechend verfolgt PAGE SEVEN IMAGES mit seinen Fotoproduktionen einen sehr journalistischen Ansatz und produziert laufend, auch auftragsbezogen, neue und exklusive Foto-Storys.

Themenschwerpunkte sind:

Portraits – Reportagen – Österreich – Politik – Wirtschaft – Kultur – Persönlichkeiten – Reise – Architektur – Kulinarik – Unterhaltung

PAGE SEVEN IMAGES, Amalienstraße 36, 1130 Wien, Austria

PantherMedia und Glow Images im gemeinsamen Büro

Die deutsche Bildagentur PantherMedia bezieht gemeinsam mit Glow Images Deutschland ein neues Büro in München. Bedingt durch räumliche Nähe der beiden Bildagenturen kann die Zusammenarbeit intensiviert werden und bietet den Bildeinkäufern viele Vorteile.

Das Angebot von PantherMedia und Glow Images umfasst sowohl lizenzfreie als auch lizenzpflichtige Bilder und bietet so Antwort auf alle Bilderfragen.

Gemeinsam nutzen die beiden Teams ein Archiv von über 30 Mio. Fotos, Grafiken, Vektoren, Illustrationen und Videos, um die Bedürfnisse jedes Bildeinkäufers schnell und unkompliziert zu befriedigen.

„PantherMedia konnte in den letzten Jahren durch die rasante Erweiterung des Bildarchives auf mehr als 16.8 Millionen Fotos, Illustrationen und Vektoren eine sehr positive Entwicklung verzeichnen.

Gemeinsame Adresse:

Rüdesheimer Straße 11 – 80686 München

www.panthermedia.net

www.glowimages.de

alimdi erweitert Angebot an Illustrationen

Mit einer neuen internationalen Kooperation erweitert die Münchner Bildagentur alimdi.net ihr Angebot an modernen, spannenden Illustrationen. Eine umfangreiche Kollektion des indischen Illustrations-Dienstleisters Fanatic Studio ist ab sofort unter www.alimdi.net im Onlineshop der Agentur, die vorwiegend mit RF- und RM-Fotos agiert, such- und abrufbar.

Das Spektrum an Illustrationen umfasst nahezu alle Themengebiete. Business, Wirtschaft, Soziales, Finanzwelt, Familienpolitik und Sport sind unter anderem die Hauptschwerpunkte.

Die Bildagentur wurde 2006 gegründet und hat nach eigenen Angaben weltweit rund 750 Fotografen unter Vertrag sowie rund 500.000 Royality Free- und Rights Managed-Fotos und Illustrationen im Angebot.

www.alimdi.net

Yuri Arcurs jetzt mit eigener Agentur

Unter dem Namen PeopleImages hat der dänische Starfotograf jetzt in Kapstadt eine eigene Fotoagentur gegründet.

Der bis jetzt vorwiegend für die Microstock-Welt Tätige geht nun eigene Wege. Der ständig fallende Honoraranteil für Fotografen bei den eingeführten Vertriebsagenturen gab nach seinen Angaben den Ausschlag, seine Angebote sowie weitere Angebote von Fotografen unter einem eigenen Agenturnamen zu bündeln. Im Regelfall erhalten die Fotografen von den jeweiligen Honorarerlösen derzeit teilweise nur 15 % als Vergütung ausbezahlt.

Arcurs steigt voll in das neue Business ein und bietet neben dem Bildverkauf weitere Serviceleistungen. Symbolbilder, die am Computer generiert werden und aus Fotos, Zeichnungen und Montagen hervorgingen, gehören ebenso zu den neuen Leistungen wie die digitale Bildproduktion, Bildbearbeitungen und die Ausführung von Aufträgen. Bei allem kann er auf sein großes Bildarchiv zurückgreifen und arbeitet nach eigenen Angaben bereits jetzt mit 20 fest angestellten Fotografen zusammen. Etwa 100 Mitarbeiter bereiten zudem unter dem neuen Agenturnamen von Kapstadt aus den Vertrieb vor.

www.peopleimages.com

Magnum Photos – Neu in i-picturemaxx

Magnum Photos bietet ab sofort ihre Kollektion über my-picturemaxx an.

Nach dem Zweiten Weltkrieg wurde die Agentur von heutigen Legenden des Fotojournalismus wie Henri Cartier-Bresson, Robert Capa, George Rodger und David „Chim“ Seymour als Fotografenagentur gegründet. Man sagt ihr nach, nur die weltweit besten Fotografen in ihre Kooperative aufzunehmen.

Neben Auftragsarbeiten bietet Magnum auch eigene, neue kreative Produktionen an, die sich für die verschiedensten Kanäle eignen.

Von Fotojournalismus und Reportagen aus Konfliktgebieten über Mode zu Celebrity-Porträts - die Fotografen von Magnum bieten Ihnen immer höchste Bildqualität. Das Archiv mit mehr als einer Million Bildern ab den 1930er Jahren bis heute wird kontinuierlich erweitert.

www.magnumphotos.com **www.picturemaxx.com**

dpa-Umsatz sinkt

Die Deutsche Presse-Agentur GmbH meldet deutliche Umsatzeinbußen im abgelaufenen Geschäftsjahr 2011. Demnach sank der Umsatz um über 7 Prozent oder 5,9 Mio Euro auf 81,9 Mio Euro (Vorjahr: 87,8 Mio) gegenüber 2010.

Gründe für den deutlichen Umsatzrückgang sind die rückläufigen Auflagen der deutschen Zeitungen, denn die Kunden bezahlen nach Auflagenhöhe. Außerdem machen sich die weit gestreuten Aktivitäten des Konkurrenten dapd bemerkbar, welcher der dpa nach lan-

gem Streit den lukrativen Auftrag des Auswärtigen Amtes abjagte. Trotzdem schaffte es dpa 2011 schwarze Zahlen zu schreiben und erwirtschaftete einen Überschuss von immerhin 650.000 Euro

Siegerfotos

Kennen Sie diese interessante Sammlung von ausgefallenen Fotomotiven, die bei nationalen und internationalen Fotowettbewerben eingereicht und ausgezeichnet wurden?

Wo? Auf www.piag.de finden Sie unter der Rubrik „Siegerfotos“ nicht nur Informationen über Fotowettbewerbe!

Eklat bei der Verleihung des Henri-Nannen-Preises

Zu einem Eklat kam es bei der Verleihung des Henri-Nannen-Preises im Deutschen Schauspielhaus in Hamburg. Drei Redakteure der „Süddeutschen Zeitung“ lehnten den Preis ab, da sie nicht zusammen mit der „Bildzeitung“ geehrt werden wollten.

Bereits im Vorfeld war die Nominierung der „Bildzeitung“ für den Henri-Nannen-Preis für die beste investigative Leistung des Jahres heftig diskutiert worden; das Blatt wurde für die Aufdeckung der Affäre Wulff in die Runde der letzten drei aufgenommen. Die beiden weiteren Nominierten waren die „Süddeutsche Zeitung“ und der „Spiegel“. Nun ging der Preis zu gleichen Teilen an die „Bild“ und an die „SZ“, die die „Formel-1-Affäre“ bei der BayernLB publik machte.

Preisträger in der Kategorie Fotoreportage wurde Kai Löffelbein für seine Bildstrecke „Unser Müll in Afrika“, wovon Bilder in der VISUELL aktuell Ausgabe 1/2012, Seite 42–43 veröffentlicht wurden.

Der Henri-Nannen-Preis für Verdienste um die Pressefreiheit ging an den britischen Journalisten Nick Davies („The Guardian“). Den Preis für sein publizistisches Lebenswerk erhielt der Fotograf, Kurator und Stifter F.C. Gundlach. Insgesamt bewarben sich Journalisten mit 872 Arbeiten aus 154 Print- und Onlinepublikationen.

www.henri-nannen-preis.de



Print-Branche schwächelt – Internet profitiert!

Im Bereich der Publikumszeitschriften haben sich die Anzeigen und die gesamten Umsatzerlöse im vergangenen Jahr 2011 nach unten bewegt. Diese Tendenz setzte sich leider auch in den ersten drei Monaten dieses Jahres fort. So hatten Zeitschriften im ersten Quartal 2012 3,7 % weniger Werbeerlöse. Im Internet hingegen wurde ein Plus von 14,5 % erzielt. Beim Fernsehen wurden 7,7 % mehr über Werbeeinnahmen erlöst. Die drei größten Zeitschriften „Stern“, „Fokus“ und „Spiegel“ hatten am Kiosk die größten Verkaufseinbußen, und es gab zudem Abonnentenverluste. So waren es beispielsweise beim „Fokus“ 11 % weniger oder 1,8 Millionen Euro im Jahr 2011, die in der Bilanz zum Vorjahr fehlten.
Die Zweimonatszeitschrift „LandLust“ hat sich hingegen weiter stark entwickelt und meldet eine Million Leser, die über den Kiosk und die Abo-Verbreitung erreicht werden. *H.W.D.*

Gesamtangebot der SWR Mediathek für „iPad“, „iPhone“ und „Android“

Ab sofort ist das gesamte Angebot der „SWR Mediathek“ auch für „iPad“, „iPhone“ und „Android“-Geräte empfangbar. Der User braucht für die mobile Version keine App installieren, es genügt die Browser-Eingabe der Adresse „www.swrmediathek.de/mobil“. Über die aktuelle Audio- und Videoauswahl auf der Startseite, die 7-Tage-Rückschau oder über die alphabetisch sortierte Liste gelangt der User zum gewünschten Clip. Eine Anbindung an „Facebook“, „Twitter“ und „Google+“ rundet das Angebot ab.
Auch das „Gruner + Jahr“-Lifestyle-Magazin „Business Punk“ ist ab sofort in digitaler Version als E-Paper für mobile „Apple“- und „Android“-Endgeräte erhältlich. Sie erscheint einen Tag vor der Printausgabe und ist für Abonnenten kostenfrei. Nicht-Abonnenten zahlen 5,99 Euro. Jan Honsel, Verlagsleiter „G+J Wirtschaftsmedien“, geht davon aus, dass mit dem digitalen Business Punk-Angebot zusätzliche Leser an das Magazin gebunden werden können.

Wer wird Auflagen-Millionär?

Kaum zu glauben, aber wahr, „LandLust“, ein Nischenmagazin für ländlichen Lifestyle, verkauft laut IVW-Meldung im 1. Quartal 2012 mehr als 1 Mio Exemplare. Und zwar ganz überwiegend in den Kategorien Einzelverkauf und Abonnement. Der Münsteraner Landwirtschaftsverlag hat „LandLust“ binnen weniger Jahre auf 1.010.873 verkaufte Exemplare alle zwei Monate gesteigert.
In Deutschland gibt es nur noch sieben Zeitschriften sowie die „Bild am Sonntag“, die neben „LandLust“ die Million schafften.
Diese Erfolgsmeldung von „LandLust“ ist umso erstaunlicher, weil einstige Millionen-Titel wie „Computer-Bild“ und „Bravo“ nur noch 546.000 und 315.000 Hefte verkaufen. „LandLust trotzt damit dem allgemeinen Abwärtstrend der Auflagenzahlen. Es scheint so. dass ausgeruhtes Lesen für Themen jenseits der Tageshektik angesagt ist, denn auch die „LandLust“-Konkurrenten „Landidee“ (WAZ-Gruppe) und „Mein schönes Land“ (Burda) ließen die Auflagenzahlen deutlich wachsen. Die Tendenz, dass aktuelle News, politische Debatten und Hintergründe unaufhaltsam ins Internet abwandern, ist unübersehbar.

Die Deutsche Content Allianz mit neuen Mitgliedern

Die Deutsche Content Allianz, der u.a. ARD, ZDF, der Börsenverein des Deutschen Buchhandels, der Verband Privater Rundfunk und Telemedien (VPRT) sowie die Gema angehören, ist angetreten, um das geistige Eigentum im Web zu schützen und diesen Schutz stärker in den Fokus der gesellschaftlichen Debatte zu rücken. Nun sind auch die Verlegerverbände BDZV und VDZ sowie der Verband Deutscher

Drehbuchautoren der Deutschen Content Allianz beigetreten. „Wir freuen uns nicht zuletzt mit Blick auf einen geschlossenen Auftritt deshalb sehr über die nun erfolgte Erweiterung“, so VPRT-Präsident Jürgen Doetz.

„Max“ mindestens einmal pro Jahr

Ein weiteres Mal wurde der Burda Lifestyle Klassiker wiederbelebt. Das frühere Milchstraßen-Magazin soll künftig „mindestens einmal im Jahr“ auf den Markt gebracht werden.
Die Druckauflage der 2012er „Max“ liegt bei 100.000 Exemplaren. Die nächste „Max“-Ausgabe erscheint im September und steht unter dem Titel „Warum das Leben gerade jetzt schön ist“. Menschen und Themen aus Berlin sollen einen Schwerpunkt einnehmen. Burda erhofft sich, „die Marke ‚Max“ jedes Jahr mit innovativen journalistischen Ideen aufzuladen“, erklärt Andreas Mayer, Geschäftsführer der Burda News Group.

„taz“-Regionalbeilage „Kontext“ gerettet

Die vor einem Jahr von Josef-Otto Freudenreich lancierte kritische Online-Wochenzeitung und „taz“-Beilage für Baden-Württemberg „Kontext“ kann dank zahlreicher Spender weiter existieren. Freudenreich, ehemaliger Chefreporter der „Stuttgarter Zeitung“, wollte damit unabhängigen Journalismus verbreiten, den „Filz“ im Land der Schwaben zerschneiden.
„Kontext“ wird kostenlos im Internet angeboten, geriet aber finanziell unter Druck. Auch die Unterstützung durch die „taz“, die einzelne Artikel aus „Kontext“ samstags in ihrer Wochenend-Beilage südlich des Mains veröffentlicht, konnte den Geldmangel nicht ausgleichen. Doch 1000 Leser haben mit einer monatlichen Spende ab 10 Euro das Blatt – vorerst – gerettet.
www.kontextwochenzeitung.de

Gehaltsranking in der Werbebranche

Gehalt.de hat die Verdienstmöglichkeiten in der Werbebranche untersucht und dazu über 5.000 Mitarbeiter der Branche befragt. Die Ergebnisse sind in einer anschaulichen Infografik aufgeführt und zeigen, dass die Gehälter derzeit anziehen.
Doch immer noch – wie auch in anderen Branchen – verdienen Frauen hier deutlich weniger als Männer – manchmal bis zu 5.000 Euro. Ganz unten im Gehaltsranking steht der Junior Art Director, mit gerade einmal 28.976 Euro im Jahr. Gefolgt vom Designer mit durchschnittlich 31.012 Euro. Der erträglichste Posten in einer Kreativagentur ist der des Geschäftsführers – knapp darunter der Art- oder aber Creative Director, während Konzepter, Projektmanager, Marketingverantwortliche und PR-Manager durchschnittlich weniger als 40.000 Euro im Jahr einstreichen.

Auch gibt es Unterschiede zwischen den einzelnen Bundesländern. Während ein Mann beispielsweise in Bremen 41.121 Euro im Jahr verdient, sind es in Sachsen nur 32.741 Euro. Das Schlusslicht im bundesweiten Vergleich bildet Mecklenburg-Vorpommern. Hier liegt das durchschnittliche Jahreseinkommen für eine Frau in der Agenturbranche bei 27.360 Euro.

www.gehalt.de

Aus „natur + kosmos“ wird „natur“

Aus „natur + kosmos“ wird „natur“ – und auch sonst ändert sich vieles bei der Monatszeitschrift der Konradin Mediengruppe. Zur Juni-Ausgabe (EVT: 16. Mai) präsentiert sich das 1999 aus einer Fusion von Horst Sterns „natur“ und dem Magazin „kosmos“ hervorgegangene Heft mit einem neuen Erscheinungsbild, das „Klarheit, Offenheit, Authentizität, Liebe zur Natur und Zukunftsorientierung vermitteln soll“, so Chefredakteur Jan Berndorff. „Wir zeichnen weder ein Retropostkartenbild einer heilen Natur, noch wollen wir Angst vor der Zukunft schüren. Wir zeigen Natur in ihrer Faszination, ihrer Kraft und ihren Möglichkeiten. Und wir analysieren, welche Ideen ihrem Erhalt dienen – und welche nicht.“

Der Themenschwerpunkt der Relaunch-Ausgabe widmet sich der heutigen „Generation Grün“ – einer zukunftsorientierten, aktiven Generation, die die Natur entdeckt und genießt, die sich der Auswirkungen ihres Lebensstils bewusst ist und eine nachhaltigere Zukunft mitgestaltet.

„natur“ erscheint zum unveränderten Verkaufspreis von 5,90 Euro.

www.ips-d.de

Neue Zahlen vom E-Book-Markt

libreka! ist wohl einer der größten Anbieter auf diesem speziellen Sektor und bietet inzwischen mehr als 400 000 E-Books an. Die Anzahl der verfügbaren E-Books stieg in den letzten 12 Monaten um mehr als das Fünffache.

In den ersten drei Monaten des laufenden Jahres wurde von libreka! ein Umsatz in Höhe von 1,9 Mio. Euro erwirtschaftet, was beinahe dem Gesamtumsatz des Jahres 2011 (2,1 Millionen Euro) entspricht. Die Umsätze der Plattform stammen aus der Aggregation und Distribution von digitalen Inhalten, die von libreka! an Endkunden verkauft wurden.

Seit kurzem beliefert libreka! als digitale Verlagsauslieferung mit Amazon und Google eBooks (Ver-

kauf unter anderem über den neuen Shop Google Play) zwei weitere wichtige internationale Vertriebsplattformen. Damit sichert sich die Branchenplattform ihre Position als einer der größten deutschen E-Book-Anbieter und digitaler Verlagsauslieferer.
Mehr als 600 Buchhändler haben bisher die E-Book-Reader TrekStor Liro bestellt – darunter neben vielen kleineren und mittleren Buchhandlungen auch große Ketten wie Lehmanns oder Osiander.

„Aus“ für fünf Springer-Magazine in Spanien

Die Axel Springer AG beabsichtigt in Spanien fünf Zeitschriften einzustellen. Grund sind die dortigen schwierigen wirtschaftlichen Verhältnisse. Ein Verlagssprecher erläuterte, dass die Medienbranche in Spanien aufgrund des schwierigen makroökonomischen Umfelds weiter unter Druck geraten sei.
Auch für die Aktivitäten von Axel Springer Spanien blieb diese Entwicklung nicht ohne Folgen. Die Geschäftsleitung ließ verlauten, dass eine Restrukturierung des operativen Geschäfts in Spanien eingeleitet worden sei. In dem Zusammenhang sollten die Medienmarken ‚eGirl‘, ‚Auto Bild Classic‘, ‚Auto Bild Sportscars‘, ‚Audio Video Foto Hoy‘ und ‚Fotografía Fácil‘ nicht weiter fortgeführt werden, da deren wirtschaftliche Entwicklung und Perspektive nicht mehr den wirtschaftlichen Vorstellungen des Unternehmens entsprechen.
Außerdem wurden auch schmerzhafte Personalmaßnahmen in allen Bereichen angekündigt.
Axel Springer will sich in Spanien künftig auf die verbleibenden Marken (u.a. ‚Auto Bild‘, ‚Auto Bild 4x4‘ sowie verschiedene Computer- und Games-Titel) und deren crossmediale Ausrichtung konzentrieren.

Zeitungsleser-Fotowettbewerb Blende 2012

Seit mehr als 40 Jahren wird Europas größter Fotowettbewerb für Amateurfotografen veranstaltet. Bewerben kann man sich bei über 50 Tageszeitungen, die über das ganze Bundesgebiet verteilt sind. Teilnehmen kann jeder – ob Gelegenheitsfotograf, Anfänger oder Hobbyfotograf. Auch den Nachwuchsfotografen bis 18 Jahre bietet „Blende“ ein Forum und ebenfalls die Chance, einen der Preise im Gesamtwert von über 35.000 Euro zu erringen. Sowohl Amateur- als auch Nachwuchsfotografen haben zwei Chancen, erfolgreich zu sein: Die von der Jury der jeweiligen Tageszeitungen ausgelobten Gewinner nehmen nach der Nominierung am bundesweiten „Blende“-Wettbewerb in Frankfurt/Main teil. Dort ermittelt im Dezember eine Jury die Sieger von „Blende 2012“, die dann im neuen Jahr bekannt gegeben werden.
www.prophoto-online.de/blende

Focus jetzt auch mit acht Titelcovern

Erst kürzlich erschien der „Spiegel“ mit 14 verschiedenen Titelmotiven. Jetzt zieht der „Focus“ nach und erscheint heute mit immerhin acht leicht unterschiedlichen Covern.
Beim Thema „Energie(w)ende! Warum sie unbezahlbar ist und das Land zu ruinieren versucht“ ist Bundeskanzlerin Angela Merkel vor einer im Dunkeln liegenden Stadt zu sehen. Sie hält vor sich eine Kerzenlaterne. In den Regionen um Berlin, Hamburg, Köln, Düsseldorf, Frankfurt, Dresden, Stuttgart und München zeigt der „Focus“-Titel die Sykline der entsprechenden Metropole.
Damit folgt der „Focus“ dem Beispiel des „Spiegel“, der kürzlich sogar mit 14 verschiedenen Titelbildern auf den Markt gekommen war. Als Anlass diente damals das Thema „Heimat“.



Dr. Urban Pappi – neuer geschäftsführender Vorstand

Das Jahresergebnis 2011: über 62,5 Millionen Euro

Am 7. Juli 2012 wurde zur ordentlichen Jahresmitgliederversammlung der VG Bild-Kunst eingeladen. Seit 2. Januar des Jahres ist Dr. Urban Pappi für die Berufsgruppen I bis III als Geschäftsführer zuständig.



Foto: VG Bild-Kunst

Dr. Urban Pappi

war bis Ende Juli 2011 mehr als zehn Jahre bei der GEMA beschäftigt, wo er zuletzt das Lizenzgeschäft in den Bereichen Fernsehen, Radio, Kabel und Online verantwortete. Seine in der Sparte Musik gesammelten Erfahrungen mit der digitalen Rechtenutzung und dem damit verbundenen Veränderungsdruck für die Verwertungsgesellschaften bringt er nunmehr für die Belange der Bildenden Künstler, Fotografen und Filmurheber ein. Dr. Pappi wurde aufgrund eines einstimmigen Beschlusses der Vorstandsmitglieder der VG Bild-Kunst in sein neues Amt gewählt.

Nach 33 Jahren ist der stille, dafür sehr erfolgreiche Manager einer der größten Verwertungsgesellschaften für Urheberrechte, Professor Dr. Gerhard Pfennig, in den Ruhestand getreten. Aus kleinsten Anfängen hat er 2011 das zweitbeste Ergebnis für die Gesellschaft erwirtschaftet. Erlöse von 62,5 Millionen Euro wurden 2011 als Einnahmen verbucht, was gegenüber 2010 eine Steigerung von 11 % ergibt. Die VG ist sehr gut im internationalen Bereich eingeführt, wenn auch in diesem Jahr die Erlöse hier eingebrochen sind. 10,05 % entfallen jedoch auf diese Auslandseinnahmen. Die Mitgliederzahl unter der erfolgreichen Regie von Gerhard Pfennig stieg auf mehr als 50 000 eingetragene Teilnehmer.

Die Erfolgsgeschichte begann 1973

Noch als Referendar wurde Gerhard Pfennig Geschäftsführer des Bundesverbandes Bildender Künstler. Nach seiner Zulassung als Anwalt wurde er 1978 geschäftsführender Vorstand der Berufsgruppe I in der VG Bild-Kunst. Anfangs hatte die VG Bild-Kunst zwei Geschäftsstellen: Die Berufsgruppen I (Bildhauer und Maler) und II (Fotojournalisten, Designer, Illustratoren und Bildagenturen) arbeiteten – zeitweise sich misstrauisch beäugend – sehr distanziert für die gemeinsame Sache. Und die VG Bild-Kunst war klein: 1978 hatte sie 2.700 Mitglieder und Erträge in Höhe von 838.000 DM.

1982 gelang die Vereinigung der Berufsgruppen. 1983 wurde die Geschäftstelle nach Bonn verlagert. Pfennig wurde geschäftsführendes Vorstandsmitglied mit zwei, später drei ehrenamtlichen Vorständen aus den Berufsgruppen. 1983 konnten auch die Filmurheber in die VG Bild-Kunst aufgenommen werden. Nun waren alle visuellen Urheber in einer Verwertungsgesellschaft.

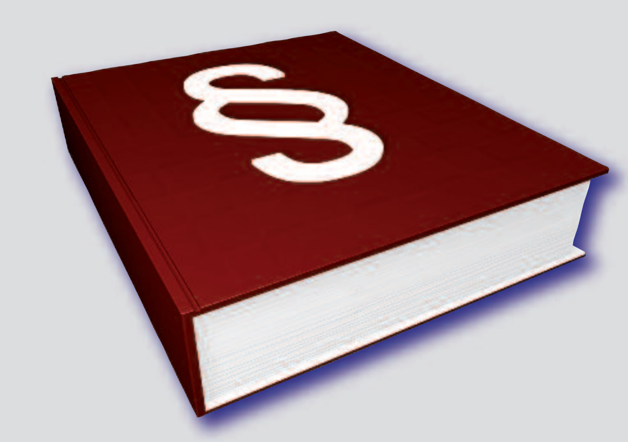
Die VG Bild-Kunst entwickelte sich unter der Leitung von Gerhard Pfennig von bescheidenen Anfängen zu einer der national wie international bedeutenden Urheberverwertungsgesellschaften. Dr. Urban Pappi wird diesen Weg nun weitergehen und sich den neuen Herausforderungen stellen. *H.W.D.*

Aktuelle Rechtsfragen aus unserer Branche

Unsere Themen:

Die Illustrationen auf den Recht-Seiten wurden uns von Fotolia zur Verfügung gestellt.

Erfolg für Axel Springer vor dem BGH



Der Bundesgerichtshof (BGH) hat über die Revision des Deutschen Journalistenverbands (DJV) entschieden. Die Revision wurde im Wesentlichen zurückgewiesen. Das Urteil betrifft die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Axel Springer AG für ihre freien Journalisten. Der BGH hält, entgegen der Auffassung des DJV, eine umfassende Rechteeinräumung an den Verlag für zulässig.

Die Axel Springer AG begrüßt diese Entscheidung und wird Änderungen an ihren Honorarregelungen dort vornehmen, wo dies nach Auffassung des Gerichts erforderlich ist.

Claas-Hendrik Soehring, Leiter Verlagsrecht der Axel Springer AG, äußerte sich wie folgt zu der Entscheidung des BGH: „Dieser Rechtsstreit drehte sich im Kern um die Zulässigkeit einer umfassenden Rechteeinräumung an den Verlag. Nach Land- und Kammergericht Berlin hat sich in diesem entscheidenden Punkt nun auch der Bundesgerichtshof unserer Rechtsauffassung angeschlossen – darüber freuen wir uns. Denn ein modernes Medienhaus wie Axel Springer ist darauf angewiesen, seine Produkte auf allen Vertriebswegen und Märkten zu verwerten.“



Profit durch Klagen

Anfang April 2012 wurde eine Reportage veröffentlicht, die von einem Mitarbeiter der Nachrichtenagentur Reuters verbreitet wurde. Der Reporter Stephen Grey berichtete über die griechische Piraeus Bank und über Immobilientransaktionen.

Nach seinen Ausführungen haben Mitglieder der Familie des Bankpräsidenten Michalis Sallas sich an anderen Firmen beteiligt, die Immobilien vermieteten oder damit Geschäfte tätigten, die von der Piraeus Bank finanziert wurden. Der Bankpräsident wies alle vorgebrachten Argumente zurück und klagte auf die beachtliche Schadenssumme von 50 Millionen Euro. Üble Nachrede und Verleumdung sind seine Argumente. Die Bank hat nach dem Bericht der Agentur Reuters Immobilien aus dem privaten Besitz von Investmentgesellschaften gemietet. Leiter dieser Gesellschaften seien die Frau des Bankdirektors sowie die gemeinsamen Kinder. Die Immobilien wurden danach durch einen Kredit der Piraeus Bank finanziert. Nach Angaben des Klägers stützt sich dieser Bericht auf Schriftstücke, deren Herkunft unklar sei und deren Echtheit bezweifelt wird. Von der Agentur Reuters wird darauf verwiesen, dass man sich zum Thema nicht äußern wolle, solange die Justiz das Verfahren noch bearbeitet.

Honorarstreit mit Vergleich

Es ist schon einige Zeit her, dass ein Hamburger Fotograf vor den Kadi zog und danach nachträglich 800 Euro vom Axel Springer Verlag erhielt, nachdem ihm zuvor nur 80 Euro zugestanden wurden.

Der Fotograf hatte einen prominenten Politiker am Strand fotografiert und das Foto der „Bildzeitung“ aus dem Verlagshaus Springer angeboten. Wesentlich später wurde das Bild in einer Hamburger Zeitung veröffentlicht.

Wegen des unerlaubten Abdrucks erwirkte der Anwalt des Fotografen eine



einstweilige Verfügung. Die „Bildzeitung“ berief sich bei ihrem Widerspruch auf ein früher gemachtes Angebot, nach dem die Benutzungsrechte bei der Redaktion liegen und dem Verlag zustehen.
Bei der angebotenen Honorarzahlung berief sich der Verlag auf die MFM-Honorarempfehlungen und argumentierte, dass hier die Nutzungshonorare aufgeführt seien. Das Hamburger Amtsgericht wies bei seiner Entscheidung jedoch ausdrücklich darauf hin, dass es an die Honorarempfehlungen nicht gebunden sei. Der Verlag bezahlte nachträglich ca. 800 Euro im Rahmen eines Vergleichs. (Az. 36 A C 443/10)
PS: Die Gesamtkosten des Verfahrens für Anwälte, Gebühren etc. waren fast ebenso hoch wie das erstrittene Honorar.

Verlegerklage gegen Tagesschau-App wird fortgesetzt

Der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) bedauert, dass sowohl die ARD wie auch das ZDF von der Ende Februar 2012 unterschriftsreif ausgehandelten Gemeinsamen Erklärung mit dem BDZV abrücken. Offenbar stehen die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten derzeit bei der Frage der Textangebote in den Telemedien nicht hinter dem Verhandlungsergebnis. Daher sehen sich die Zeitungsverlage veranlasst, die im vergangenen Jahr angeschobene Klage gegen die umfangreichen Textinhalte ohne Sendungsbezug der Tagesschau-App nunmehr fortzusetzen.
Es gehe darum, einen durch gebührenfinanzierte Textangebote hervorgerufenen unfairen Wettbewerb zu stoppen, so BDZV-Präsident Helmut Heinen. Der Rundfunkstaatsvertrag sehe hierfür Grenzen vor, die eingehalten werden müssten.
www.bdzv.de

DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

Erfolgreich schützen

Wer ein Buch, eine Zeitschrift oder einen Film veröffentlichen möchte, sollte sich zuerst den künftigen Namen dafür sichern. Der Titelschutz wird in Deutschland durch das „Gesetz über den Schutz von Marken und sonstigen Kennzeichen“ geregelt. Kurz: Markengesetz oder MarkenG. Es gilt seit Januar 1995 und ist hier (www.gesetze-im-internet.de/markeng/index.html) im Internet nachzulesen. Nach dem Gesetz ist jeder Titel bereits ab dem Erscheinen des Werkes geschützt, ohne dass es einer Registrierung oder sonstigen Formalität bedarf.
„Doch gerade im Medienmarkt herrscht starker Konkurrenzdruck. Da empfiehlt es sich, den Schutz ein halbes Jahr vor Veröffentlichung vorzuziehen“, weiß Angela Lautenschläger vom „Titelschutz Anzeiger“, einem Spezialmedium für den Titelschutz für Zeitungen, Zeitschriften, Bücher, digitale Medien, Hörfunk, TV und Film. „Wenn Sie eine Veröffentlichung vorbereiten, müssen Sie irgendwann vorher mit dem Titel raus, um zum Beispiel Anzeigenkunden zu gewinnen. In dem Moment wird der Titel auch der Konkurrenz bekannt“, so Lautenschläger. Mithilfe einer öffentlichen Ankündigung sei es möglich, einen vorgezogenen Werktitelschutz von einem halben Jahr zu erlangen. Eine solche Anzeige kostet beim „Titelschutz Anzeiger“ beispielsweise 150 Euro. Grundsätzlich ist eine solche Veröffentlichung aber in jedem üblicherweise für Titelschutzanzeigen benutzten Medium unter dem Hinweis auf § 5 Abs. 3 MarkenG möglich. Buchtitel werden gewöhnlich im Börsenblatt (www.boersenblatt.net), dem Wochenmagazin für den Deutschen Buchhandel, veröffentlicht. Dort gibt es auch eine Recherchemöglichkeit (www.boersenblatt.net/template/bb_tpl_titelschutz/) in den Anzeigen der vergangenen sechs Monate. Beim „Titelschutz Anzeiger“ (www.titelschutzanzeiger.de) können alle dort veröffentlichte Anzeigen durchsucht werden. Ein zentrales Register gibt es nicht. „Im Printbereich ist ein Blick in den Katalog der Deutschen Nationalbibliothek empfehlenswert“, so Lautenschläger.
Es gibt auch Rechtsanwälte und Agenturen, die sich auf das Thema und die Vorrecherchen spezialisiert haben. Häufig ist dieser Fall: „Es gibt viele, die sagen, ich möchte den Titelschutz jetzt erstmals in Anspruch nehmen, möchte aber nicht, dass jeder sieht, dass ich das bin. Da eine Adresse unter der Anzeige stehen muss, beauftragen sie eine Kanzlei. Die nimmt das dann für ihren Mandanten in Anspruch“, so Lautenschläger.
Darüber hinaus kommen Anwälte zum Einsatz, wenn man selbst Einsprüche bekommt oder man selber feststellt, dass jemand den eigenen Titel unrechtmäßig benutzt. Lautenschläger: „Da empfiehlt es sich natürlich, wenn es zu einer Abmahnung kommt, das Ganze auch formvollendet über einen Anwalt zu machen.“ *Kathrin Bartel*

E-Mail: titelschutz-anzeiger@presse-fachverlag.de

Bewerbungsfotos und Urheberrecht

Wer von einem Fotografen hergestellte Bilder einscannt und im Internet verbreitet macht sich strafbar. Dies gilt auch für Bewerbungsfotos. So hat sich Herr M. für eine schriftliche Bewerbung Fotos von einem Fotografen anfertigen lassen, die er sofort bezahlt hat. Mit der Bewerbung hat es jedoch nicht geklappt, und so versuchte er weitere Bewerbungen über das Internet und fügte seinen Bewerbungsunterlagen jeweils ein selbst eingescanntes Foto bei.
Dies ist illegal und kann zu Abmahnung und Schadensersatzforderungen seitens des Fotografen kommen. Auch in sozialen



Netzwerken dürfen Fotos von Profifotografen nicht einfach verwendet werden. Soweit statt der Papierabzüge vom Fotografen auch Bilder auf einer CD-ROM erworben wurden können diese ins Internet in den verschiedensten Formen eingestellt werden.

Nebenkriegsschauplatz dpa versus dapd

Die Vorstände der Nachrichtenagentur dapd, Martin Vorderwülbecke und Cord Dreyer, haben sich mit einem Schreiben an die Gesellschafter der konkurrierenden Agentur dpa gewandt. In dem Brief verwehren sich die beiden nachdrücklich gegen den Vorwurf, dapd habe Angebote für Kunden entsprechenden Angeboten von dpa „nachempfunden“. So gebe es Basis-, Landes- und Themendienste bei den Vorgängeragenturen der dapd schon seit Jahren. Dpa hat angekündigt, dapd wegen Verletzung von Markenrechten zu verklagen.



Es geht bei der Klage auf Verletzung von Marken- und Kennzeichnungsrechten um die Wahl des Kürzels „dapd“. dpa sieht hier ein „bewusst gewähltes Kunstwort“. In einem Schreiben vom 16. März hatten dpa-Geschäftsführer Michael Segbers und Chefredakteur Wolfgang Büchner ihre Gesellschafter über die Einreichung der Klage informiert. Im geschäftlichen Verkehr mit Kunden komme es „mehr und mehr zu Verwechslungen“.

Auf die Wahl des Kürzels gehen die Vorstände in ihrem Schreiben nicht ein. Sie nehmen vielmehr Stellung zu dem Hinweis in dem Brief der Kollegen, die Verwechslungsgefahr drohe auch, weil es sowohl bei dpa wie bei dapd Basis- Landes- und Themendienste gebe.

Basisdienste böten auch Agenturen wie KNA, epd oder apa an, argumentieren die dapd-Chefs nun. Einen Landesdienst habe ddp, eine der Vorgängeragenturen von dapd, vor 22 Jahren eingeführt. Themendienste hätten ddp und AP Deutschland schon seit vielen Jahren im Angebot. Auf den Vorwurf, die Kunden-Website Newsplaner von dapd sei dem Pendant dpa-news „in Layout und Funktionalität“ nachempfunden, entgegnen Vorderwülbecke und Dreyer, ihr Auftritt sei vor den dpa-news öffentlich vorgestellt worden.

In einer Stellungnahme erklärte ein Sprecher der dapd zum Thema Markenname, dass die Bezeichnung „dapd“ markenrechtlich geprüft worden und geschützt sei. Die Klage halte man für absurd und peinlich.

„Focus“-Cover zu nackt für Internet-Kiosk

Dem E-Kiosk-Betreiber „Zinio“ war das Titelbild der „Focus“-Ausgabe 19/2012 zu nackt und so empfahl er, das Bild kurzfristig auszutauschen. Dieser Empfehlung kam der „Focus“ nicht nach. Das Titelbild erschien daraufhin am Wochenende verzögert, mit einem von „Zinio“ zensierten Cover.

„Zinio“ befürchtete wegen des hübschen, ästhetisch dargestellten Nackedeis Sanktionen durch Apple.



Die Titelgeschichte der damaligen „Focus“-Ausgabe befasst sich mit dermatologischen Erkenntnissen und wurde mit der ästhetischen Schwarz-Weiß-Fotografie einer unbekleideten Frau illustriert.

„Focus“ war der Empfehlung, das Titelmotiv kurzfristig auszutauschen, um die Bestimmungen Apples hinsichtlich Nacktheit nicht zu verletzen, bewusst nicht nachgekommen. Ein „Focus“-Sprecher äußerte: „Wir lassen uns die Wahl unserer Titelmotive nicht von Vertriebspartnern vorschreiben. Auch eine von Prüderie getriebene Zensur widerspricht unseren Vorstellungen von Pressefreiheit.“

Fotografieren im Gerichtssaal

Immer wieder sieht man Bilder von Angeklagten bzw. Beschuldigten in Gerichtssälen oder auf ihrem Weg vom Auto bis zum Verhandlungsort.

Darf man Personen, deren Schuld oder Unschuld noch nicht geklärt ist, ablichten und einer breiten Öffentlichkeit zeigen?

Diese Frage ist nach wie vor umstritten, und es gibt keine allgemeine Regel, wie die **„nur“** Beschuldigten, jedoch Angeklagten abgelichtet werden dürfen. Im Film- und Fernsehbereich sind die Gesichter der Fotografierten meist „gepixelt“, jedoch erlaubt. Eine ungepixelte Ablichtung zur Veröffentlichung lehnt das Bundesverfassungsgericht ab. Verpflichtet sind die Gerichte, in jedem einzelnen Fall abzuwägen, inwieweit Fotografieren und Filmen in gepixelter Form zulässig ist oder nicht. Der weitergehende Ausschluss von TV-Aufnahmen wurde nach einem Eilbeschluss der Verfassungsrichter ausgesetzt (AZ: 1BvR 711/12).

In allen Fällen ist jedes Gericht verpflichtet, jeweils neu abzuklären, inwieweit auch Angeklagte Aufnahmen von sich zu dulden haben. Grundsätzlich ist ein Fotografierverbot weiter möglich.

Streit um Jauch-Restaurantfoto

Trotz einer vom Landgericht Köln erlassenen Einstweiligen Verfügung (EV) aufgrund einer Unterlassungsklage des Prominenten-Anwalts Christian Schertz hat die Zeitschrift „Closer“ aus dem Bauer Verlag ein Foto von Günther Jauch und dessen Ehefrau, das beide zusammen mit dem Ehepaar Gottschalk sowie Außenminister Guido Westerwelle und dessen Lebensgefährten beim Abendessen in einem Berliner Restaurant zeigt, erneut abgedruckt – allerdings in einem anderen textlichen Zusammenhang.

Für Jauchs Anwalt Christian Schertz war dieses Essen eine ausschließlich private Angelegenheit. Die Rechtsabteilung der Bauer Media Group jedoch geht davon aus, dass beide Foto-Veröffentlichungen rechtmäßig seien und will dies gerichtlich durchfechten. Schertz hält die Begründung für den neuerlichen Artikel für „konstruiert und nicht nachvollziehbar“.

Ob er gegen den neuerlichen Abdruck des Jauch-Fotos eine Einstweilige Verfügung anstrebt, will Schertz erst noch prüfen. Zunächst gehe es darum zu klären, ob die Veröffentlichung nicht bereits ein Verstoß gegen die EV des Landgerichts Köln darstelle – was für „Closer“ teuer werden könnte.

Der Streit könnte demnach bis zur endgültigen Klärung durch mehrere Instanzen laufen.



Gelten Persönlichkeitsrechte bald für Tiere?


Foto: PIAG/Brinzer

Ob es in Zukunft noch Fotosafaris geben könne, hänge gar nicht mehr allein vom Überleben der Wildtiere ab, pointiert Autor Dirk Feldmann im Freelens-Magazin #31 in seinem Artikel „Frei zum Abschuss?“. Darin greift er ein Thema auf, das Fotografen beschäftigt: Können Tiere, vor allem Haustiere, weiterhin frei fotografiert werden? Immer öfter wollen Tierhalter Persönlichkeitsrechte für ihre Tiere vor Gericht durchsetzen und die Veröffentlichung von Fotos unterbinden. In seinem Artikel nennt Feldmann zwei prominente Beispiele: Tom Cruise, der Fotos seines Hundes nicht ohne Genehmigung veröffentlicht sehen wollte und in den USA erfolgreich vor Gericht zog, sowie die Fürstenfamilie aus Monaco, die beim Europäischen Gerichtshof Klage einreichte und das Recht bekam, „dass ihre Haustiere nicht fotografiert werden dürfen, solange sie nicht bei öffentlichen Auftritten mitgeführt werden.“

In Deutschland wurde 2010 über die Klage einer Bäuerin geschmunzelt, die das Bild ihrer Kuh in der Werbung für eine „Kuh-Charity-Party“ wiederentdeckte, auf Unterlassung klagte und Schadensersatzansprüche forderte. In VISUELL haben wir hierüber auch berichtet. Damals hieß es im Urteil: „In die Eigentumsrechte [...] wird nicht eingegriffen, wenn ein Bild von einer Kuh im Internet für die Bewerbung einer „Kuh-Charity-Party“ verwendet wird.“ (AG Köln, Az.: 111 C 33/10). Das fand der Fachanwalt für Strafrecht Udo Vetter in seinem Law Blog noch „Zum Kuhgeln“ und das IT-Magazin Gulli nannte den Prozess noch kurios.

Doch es geht noch kurioser: Laut Dirk Feldmann hat das Landgericht Hamburg einen ihm vorliegenden Fall an den Europäischen Gerichtshof weitergereicht. In dieser Klage gehe es um Fotos von zwei Katzen, die ein Nachbar geschossen und an einen Tierfutterhersteller verkauft haben soll. Die Tiere hätten bunte Anhänger getragen und seien laut Tiereigentümer dadurch zu einem Kunstwerk geworden, das urheberrechtlich geschützt sei. „Es ist nicht auszuschließen, dass noch im Jahr 2012 ein Urteil ergeht, wonach das Persönlichkeitsrecht des Tiereigentümers durch die Veröffentlichung der Fotos verletzt worden ist“, meint der Hamburger Anwalt.

Auch auf dem DAS-Rechtsportal (www.das-rechtsportal.de) wurde die Frage nach dem Persönlichkeitsrecht von Tieren am 24. Februar 2012 zur „Rechtsfrage des Tages gekürt“. In der dortige Antwort heißt es noch lapidar: „Klar ist, dass weder Mieze noch Bello einer Veröffentlichung ihres Bildes zustimmen können. Aber auch eine Zustimmung des Halters bzw. Besitzers ist im Gesetz nicht vorgesehen. Auch genießen Tiere nicht den Schutz des allgemeinen Persönlichkeitsrechts. Macht also jemand ein Foto Ihres Lieblings, darf er damit verfahren wie er will – außer natürlich, Sie sind am anderen Ende der Leine mit abgebildet“. Ob das so bleibt? Eine Zusammenfassung der aktuellen Rechtslage hat der Rechtswissenschaftler Florian Wagenknecht auf der Website „Recht am Bild“ (www.rechtambild.de) in einem ausführlichen Artikel über Tierfotos zusammengestellt. Dort heißt es im Fazit: „Solange das Tier alleine oder „in freier Natur“ an öffentlichen Plätzen abgelichtet wird, ergeben sich prinzipiell keine Ansprüche des Eigentümers.

In aller Regel ist daher aufgrund des Grundsatzes „Kein Recht am Bild der eigenen Sache / des Tieres“ keine Fotografiererlaubnis einzuholen, sofern nicht in ein Persönlichkeitsrecht des Eigentümers bzw. Rechteinhabers eingegriffen wird. Und wenn es sich um ein noch so schönes Motiv handelt – im Zweifel kostet vorheriges Nachfragen weit weniger als eine nachhaltige Auseinandersetzung vor Gericht.“

Kathrin Bartel

NASA-Fototechnik lässt Menschen verschwinden

Ein menschenleerer New Yorker Times Square, der Platz des Himmlischen Friedens in Peking ohne Menschen oder der Pariser Place de la Concorde ohne Touristen und Verkehr.: Was im realen Leben unmöglich scheint, ist den Pariser Fotografen Lucie & Simon mit ihrem Fotoprojekt „Silent World“ gelungen. „Wir wollten mit unserer Fotoserie die Frage stellen, wie unsere Welt einmal sein wird – vor allem dann, wenn die Menschen nicht mehr da sind“, erklärt das Künstlerduo im pressetext-Interview.



Times square

Rein technisch gesehen sind die Aufnahmen relativ unkompliziert, aber sehr aufwendig, wie die Fotografen darlegen. „Wir haben Belichtungszeiten von drei bis vier Stunden gewählt, wodurch alles sich Bewegende verschwindet – Menschen, Autos, Verkehrsmittel. Anschließend nahmen wir ein kurz belichtetes Foto auf und fügten per Photoshop Teile daraus – jeweils eine Einzelperson sowie der Himmel – in das Originalbild ein.“

Für die Langzeitaufnahme war allerdings ein Schwarzfilter nötig, um Belichtungs- und Berechnungsprobleme der Kamera zu umgehen. Dieselbe Technik verwendet auch die NASA zur Analyse von Sternen.

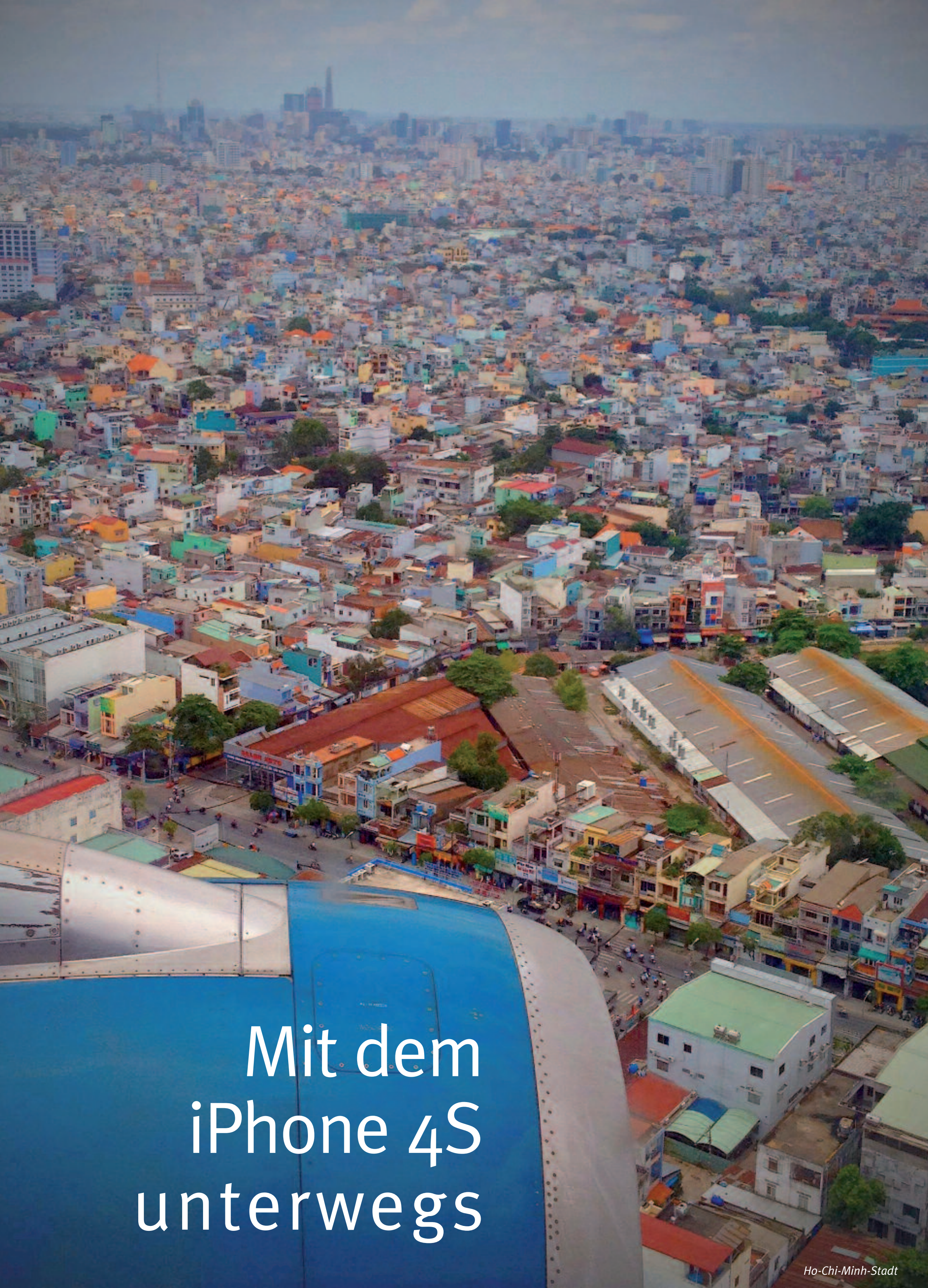
Die Fotos versetzen wichtige Touristenmagnete von New York, Paris, London und Peking mit einem Hauch von Apokalyptik und Science-Fiction. Speziell zum Film „I am a Legend“ fallen Parallelen auf, sind doch einsame Menschen an sonst überfüllten Orten sichtbar. Lucie & Simon lassen sich nicht darauf ein. „Der Betrachter sieht reale Plätze und zugleich irreale, imaginäre Leere. Wir wollen keine Endzeitstimmung und zerstörte Umgebungen zeigen, sondern dem Betrachter vielmehr eine Fragestellung mitgeben“, so die Künstler.


Platz des himmlischen Friedens

Place de la concorde

http://lucieandsimon.com/works/silent_world

Alle Fotos: NASA



Mit dem iPhone 4S unterwegs

Ho-Chi-Minh-Stadt

In der letzten Ausgabe von VISUELL aktuell haben wir erstmals eine Bildserie publiziert, die mithilfe einer Handykamera hergestellt wurde.





Der Bildjournalist Rex Schober hat uns Fotos zugesandt, die er vor kurzem in Vietnam und Kambodscha aufgenommen hat. Er schreibt uns über seine Erfahrungen mit der iPhone-Fotografie.

„Die ersten Gehversuche mit der Handyfotografie haben mich überrascht. 2010 fotografierte ich erstmals bewusst mit meinem damaligen iPhone 3G und war sofort begeistert. Mit einer fast quadratischen Foto-App konnte ich die Bilder so komponieren und festhalten, wie ich es am besten fand. Jedes Foto braucht eine gewisse Zeit und setzt bereits zwischen Sehen und Auslösen einen gestalterischen Prozess in Gang. Handhabung, Gewicht und Apps erforderten ein Umdenken in Bezug auf die ‚schnellere' und ‚schwerere' DSLR-Fotografie, bieten aber zugleich auch unschätzbare Vorteile.



Mit dem iPhone hatte ich plötzlich eine wirklich kleine Kamera in der Tasche, die mir eine unerschöpfliche Fülle an fotografisch gestalterischen Möglichkeiten bot.
Diese Fülle ist aber zugleich auch das größte Problem der Handyfotografie. Um auf Bilder wie aus einem ‚Guss' zu kommen, sollte man sich auf eine App festlegen, seinen Bildstil entwickeln und konsequent durchziehen. So benutze ich eigentlich nur zwei verschiedene Apps. Eine für Porträts und eine für den Rest.
Auch bei den gezeigten Bildern fotografierte ich konsequent mit dem iPhone und wieder nur mit zwei verschiedenen Apps. Gerade der kleine ‚Handyfotoapparat' lässt bei den portraitierten Menschen die Scheu verschwinden. Der Prozess des Fotografie-

rens wird spielerischer. Mit dem Foto-Winzling bekomme ich schnelleren Zugang zu den Menschen, benötige aber eine gewisse Zeit zur Bildgestaltung. Oft muss das Foto wiederholt werden, in bestimmten Situationen empfiehlt sich ein Stativ."

www.rexschober.de



Anmerkung der Redaktion:

Handys sind heute bereits mit bis zu 12 Megapixeln ausgestattet. Zubehörteile wie ein Objektiv-Set für alle gängigen Smartphones, ein Fisheyeobjektiv mit einem Bildwinkel von 180 Grad, ein 2-faches Teleobjektiv, einen Kameragriff für das iPhone, die iPhone-4-Halterung „Glif" als Stativadapter, Ministativ und einen multifunktionalen iPhone-Aufsteller findet man zur Zeit unter vielen weiteren Hilfsmitteln der Fotopraxis.

Ihren Internetanschluss, Telefon, SMS und E-Mail haben die Nutzer immer dabei, und ein Bildversand ist von vielen Stellen aus beim Vorhandensein einer WLAN-Verbindung möglich. Der Stromverbrauch jedoch ist hoch, und oft ist bereits nach zwei Stunden der Akku leer.

CEPIC Week London 2012

Über dieses große Treffen der Bildanbieter haben wir in VISUELL aktuell im Voraus ausführlich berichtet und die aktuellen Meldungen in den Tagesnews publiziert.

Die Onlinevermittlung hat inzwischen die Nase vorn, daher hier nur einige Bilder und abschließende Informationen über das Londoner Treffen.
Der Photocentric Day, der für alle Fotografen offen ist und beim CEPIC Meeting immer mehr an Bedeutung gewinnt, eröffnete die Veranstaltung.
Organisiert wurde dies vom weltweit größten Fotografenverband ASMP aus den USA. Mit Bildreportagen und Videos wurden Themen vorgestellt, die sich mit den Problemen Afrikas, mit Tod und Vergewaltigung beschäftigten, und die sehr nachdenklich stimmten. Eine fröhliche Thematik fehlte dieser Veranstaltung. Die Bilder selbst aus den verschiedensten Fotoproduktionen waren jedoch sehr beeindruckend.
Referent Allen Murabayshi von PhotoShelter sprach zum Thema „Braucht der Fotograf noch die Bildagenturen?“. Die weltweit gesunkenen Fotohonorare waren ein weiteres Thema sowie die bekannte Tatsache, dass immer mehr Amateure aufgrund der technischen Verbesserungen erfolgreich Fotos herstellen und diese auch zu Schleuderpreisen zum Verkauf anbieten.

Was kann man tun?

Bilder über die eigene Website bei Google Search einzustellen wurde empfohlen ebenso wie die Nutzung von Social Media. Dies alles sind eigentlich keine klaren Antworten und eher Gedankenspiele, die



CEPIC Präsidentin Christina Vaughan

sicherlich die ein oder andere Anregung vermitteln. Ein Patentrezept wurde nicht angeboten. Und technische Entwicklungen sind weiter auf dem Vormarsch.
Smartphone und iPad werden mit immer intelligenteren Softwarefunktionen ausgestattet und verändern den Markt. In diesem Heft finden Sie eine Bildserie, die mit dem neuen kleinen „Fast-Alleskönner“ hergestellt wurde. Internet, Telefon, Kamera – alles klein und kompakt – sind wohl die zukünftigen Gerätschaften für den Fotografen. Immer mehr Zubehör für diese neue Art der Bildgestaltung wird angeboten. Noch führt nach wie vor die DSLR-Kameratechnik mit großem Vorsprung, aber wie lange noch? Hierüber wurde ebenso diskutiert wie über Urheber-

rechtsfragen in den verschiedensten Ländern. Das CEPIC Treffen hat Interessierte aus vielen Ländern zusammengeführt. Die Besucherzahl mit 650 Teilnehmern ging jedoch auch in diesem Jahr zurück. Das Treffen mit Partnern und der Erfahrungsaustausch waren wohl das Wichtigste bei dieser Großveranstaltung in London. *Harry Thomsen*



Alle Fotos von CEPIC



Trotz aller bekannten Probleme ist man in der Bildbranche optimistisch, und das Londoner Treffen war ein wichtiger Ort der Begegnung für alle Teilnehmer.

CEPIC hat Fragen

Wo soll der nächste Kongress stattfinden? In welchem Zyklus soll künftig diese Veranstaltung durchgeführt werden? Jährlich? Alle zwei Jahre? In welchen Städten und Ländern? Die CEPIC-Verantwortlichen führen mit diesen Fragen zurzeit eine Internetaktion durch und wollen so ermitteln, wie es weitergeht. Seit 2001 fanden 11 verschiedene Kongresse dieser Art in verschiedenen Ländern und Städten statt.
Den Kontaktfragebogen finden Sie unter www.stockimagemarket.uni-hd.com



Die FREELENS Foundation

Am 13. Februar 2012 wurde in Hamburg vom Fotografenverband FREELENS der gemeinnützige Verein FREELENS Foundation Germany e.V. gegründet.
Der Verein hat sich die Förderung von Kunst und Kultur und die Unterstützung von hilfsbedürftigen Personen im In- und Ausland zum Ziel gesetzt.



Die Idee für die Gründung der FREELENS Foundation wurde bereits Ende 2010 geboren, als FREELENS Mitglieder spontan in kürzester Zeit 455 Euro für Aggrey Mboya Kharondo und die von ihm finanzierte Slumschule in Mombasa spendeten. Im Jahr zuvor hatte Uwe H. Martin im FREELENS Magazin unter dem Titel »Aggreys Traum« über den kenianischen Fotografen berichtet, der in den Gassen und am Strand von Mombasa fotografiert und durch seine Einnahmen eine Schule für bedürftige Kinder aus der Nachbarschaft unterhält.
Durch dieses Projekt, das zunächst nur die Person Aggrey Mboya Kharondo betraf, wurden auch die Lebensbedingungen einer Vielzahl von Menschen im Umfeld von Aggrey Mboya Kharondo positiv verändert. Bereits jetzt hat sich sein Haus zum sozialen Zentrum Shauri Yakos entwickelt.
Gegründet wurde die FREELENS Foundation, um Projekte wie dieses auch in Zukunft zu unterstützen und Spenden direkt und unbürokratisch weiterverteilen zu können.

So wie der Initiator der Spendenaktion, Uwe H. Martin, stoßen viele Fotografen auf ihren Reisen in Entwicklungsländer immer wieder auf Kollegen, die oft unter den einfachsten und schwierigsten Bedingungen ihrer Tätigkeit nachgehen und die aus finanziellen Gründen keine Chance haben, sich als Fotografen eine Existenz aufzubauen oder fotografische Projekte umzusetzen. Dabei fehlt es oft nur an Kleinigkeiten. Überschaubare Geldbeträge oder auch Sachleistungen können hier Abhilfe schaffen und große Veränderungen bewirken.
So will die FREELENS Foundation dazu beitragen, dass sich die Lebens- und Arbeitsbedingungen von Fotografen weltweit verbessern. Neben der Unter-

stützung einzelner hilfsbedürftiger Fotografen sollen auch fotografische Projekte, Ausstellungen, Symposien und Workshops realisiert bzw. gefördert werden.

Das Prinzip dieses gemeinnützigen Vereins basiert auf einem Patenschaftsmodell. Dabei übernehmen Fotografen, die als Paten fungieren, in enger Zusammenarbeit mit der Foundation die Verantwortung für die Realisierung eines Projektes vor Ort. Durch dieses Vorgehen kann sichergestellt werden, dass die von der FREELENS Foundation zur Verfügung gestellten finanziellen und sachlichen Mittel ihr Ziel auf direktem Wege erreichen.

Erstmalig war die Foundation während des Lumix-Festivals für jungen Fotojournalismus, das vom 13. bis 17. Juni in Hannover stattfand, mit einem Infostand präsent. Die meisten der 60 Fotografen, die auf dem Festival ausgestellt haben, stifteten spontan ihre Fotos zur Unterstützung des neu gegründeten Vereins.

Die FREELENS Foundation kann durch eine einmalige Spende, durch eine Fördermitgliedschaft oder nach Absprache auch durch eine Sachspende unterstützt werden. Die Mitglieder werden auf der FREELENS Foundation-Homepage unter Förderer genannt, erhalten regelmäßige Newsletter zu den Tätigkeiten der FREELENS Foundation und haben die Möglichkeit, an den Vereinsveranstaltungen teilzunehmen. *Dieter Franzen*



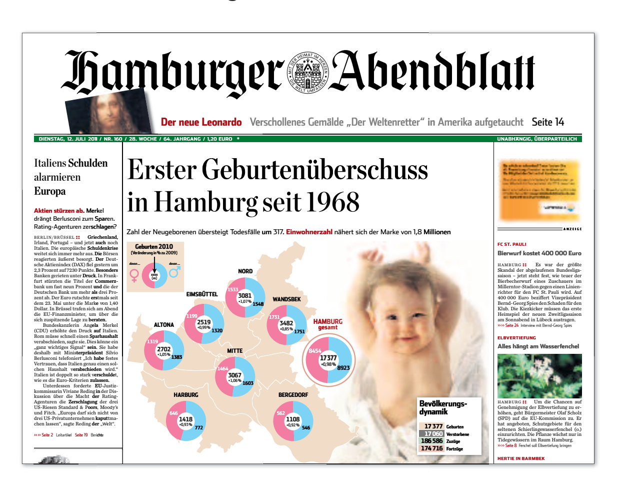
FREELENS Foundation Germany e.V.
Kontonummer 60 294 108
Hamburger Volksbank
Bankleitzahl 2013900303
www.freelens-foundation.org

Alle Fotos: Uwe H. Martin

Zeitungen zum Visual Storytelling

Wenn es um ein gelungenes Beispiel für das spannende Erzählen von Geschichten mit visuellen Mitteln und einer Kombination aus Bildern, Infografiken und Text geht, führt Zeitungsdesigner Norbert Küpper gerne die „Bergens Tidende“ an.

Auf zwei bildstarken Doppelseiten der Rubrik „Kultur und Medien“ erzählt die Zeitung am Jahrestag 2011, wie im Morgengrauen des 9. April 1940 deutsche Truppen die Stadt Bergen überfallen. Dafür lässt die Zeitung das historische Ereignis aufwendig illustrieren. Dreidimensional wirkt die große Landkarte, die über die Zeitungsseite ausgerollt erscheint und über die sich die deutschen Generäle beugen. Auf der zweiten Doppelseite sieht man Kampfflugzeuge im Anflug auf die Küste. Der Leser wird optisch in die Seite hineingezogen. Pfeile führen seinen Blick, Kästen erklären Ereignisdetails und der begleitende Text schildert die Vorgänge in zeitlicher Abfolge.



Hamburger Abendblatt

Der neue Leonardo Verschollenes Gemälde „Der Weltenretter“ in Amerika aufgetaucht Seite 14

DIENSTAG, 12. JULI 2011 / NR. 160 / 28. WOCHE / 64. JAHRGANG / 1,20 EURO * UNABHÄNGIG, ÜBERPARTEILICH

Italiens Schulden alarmieren Europa

Aktien stürzen ab. Merkel drängt Berlusconi zum Sparen. Rating-Agenturen zerschlagen?

BERLIN/BRÜSSEL :: Griechenland, Irland, Portugal – und jetzt auch noch Italien. Die europäische Schuldenkrise weitet sich immer mehr aus. Die Börsen reagierten äußerst besorgt. Der Deutsche Aktienindex (DAX) fiel gestern um 2,3 Prozent auf 7230 Punkte. Besonders Banken gerieten unter Druck. In Frankfurt stürzten die Titel der Commerzbank um fast neun Prozent und die der Deutschen Bank um mehr als drei Prozent ab. Der Euro rutschte erstmals seit dem 23. Mai unter die Marke von 1,40 Dollar. In Brüssel trafen sich am Abend die EU-Finanzminister, um über die sich zuspitzende Lage zu beraten.

Bundeskanzlerin Angela Merkel (CDU) erhöhte den Druck auf Italien. Rom müsse schnell einen Sparhaushalt verabschieden, sagte sie. Dies könne ein „ganz wichtiges Signal“ sein. Sie habe deshalb mit Ministerpräsident Silvio Berlusconi telefoniert „Ich habe festes Vertrauen, dass Italien genau einen solchen Haushalt verabschieden wird.“ Italien ist doppelt so stark verschuldet, wie es die Euro-Kriterien zulassen.

Unterdessen forderte EU-Justizkommissarin Viviane Reding in der Diskussion über die Macht der Rating-Agenturen die Zerschlagung der drei US-Riesen Standard & Poors, Moody's und Fitch. „Europa darf sich nicht von drei US-Privatunternehmen kaputtmachen lassen“, sagte Reding der „Welt“.

>>>> Seite 2 Leitartikel Seite 19 Berichte

Erster Geburtenüberschuss in Hamburg seit 1968

Zahl der Neugeborenen übersteigt Todesfälle um 317. Einwohnerzahl nähert sich der Marke von 1,8 Millionen

ANZEIGE

FC ST. PAULI

Bierwurf kostet 400 000 Euro

HAMBURG :: Es war der größte Skandal der abgelaufenen Bundesligasaison – jetzt steht fest, wie teuer der Bierbecherwurf eines Zuschauers im Millerntor-Stadion gegen einen Linienrichter für den FC St. Pauli wird. Auf 400 000 Euro beziffert Vizepräsident Bernd-Georg Spies den Schaden für den Klub. Die Kiezkicker müssen das erste Heimspiel der neuen Zweitligasaison am Sonnabend in Lübeck austragen.

>>>> Seite 24 Interview mit Bernd-Georg Spies

ELBVERTIEFUNG

Alles hängt am Wasserfenchel

HAMBURG :: Um die Chancen auf Genehmigung der Elbvertiefung zu erhöhen, geht Bürgermeister Olaf Scholz (SPD) auf die EU-Kommission zu. Er hat angeboten, Schutzgebiete für den seltenen Schierlingswasserfenchel (o.) einzurichten. Die Pflanze wächst nur in Tidegewässern im Raum Hamburg.

>>>> Seite 8 Fenchel soll Elbvertiefung bringen

HERTIE IN BARMBEK

„Aus Skandinavien stammt der Trend, Geschichten in Zeitungen mit visuellen Mitteln zu erzählen“, sagt Norbert Küpper, der bereits mehr als 100 Zeitungen weltweit neu gestaltet hat. Seit Jahren kann er beobachten, wie diese Art, Informationen leserfreundlich und optisch aufzubereiten in Europas Zeitungen zunimmt. Visual Storytelling war daher auch eines der großen Themen beim 13. European Newspaper Congress im Mai in Wien, den der Medienfachverlag Johann Oberauer zusammen mit Norbert Küpper veranstaltet. Neben hervorragenden Seiten aus skandinavischen Zeitungen, fiel Norbert Küpper auch die spanische Zeitung „El Periódico“ auf, die im August 2011 die beliebtesten Unfallsituationen in Kreisverkehren grafisch erklärte, anstatt den Leser mit einem komplizierten Text zu quälen. „Das Schlagwort heißt: Show, don't tell“.

Mittlerweile zeigen auch deutsche Zeitungen immer öfter ihr gestalterisches Können. Bei Zeitschriften wie „Stern“ und „Focus“ hingegen hätten Infografiken schon eine lange Tradition. Die „Welt Kompakt“ stellte zum Beispiel die S-Bahn-Krise im Dezember 2010 in einer höchst informativen Fieberkurve dar, die Ereignisse und Zahlen miteinander verband. Der dazugehörige Text lieferte eine Reportage aus der Sicht der Wartenden. Auch die „Berliner Zeitung“ befindet sich mit einem Beispiel in Küppers Sammlung. Sie fiel mit dem Spezial „20 Jahre Einheit“ im



2 | kultur og medier — BERGENS TIDENDE LØRDAG 9. APRIL 2011

BERGENS TIDENDE LØRDAG 9. APRIL 2011 — kultur og medier | 3

Like før midnatt natt til 9. april passerer den tyske flåtestyrken Marstein fyr. Med 1900 soldater om bord skal Bergen inntas ved morgengry kl. 04.15.

Spredte forsøk på motstand

JOHN LINDEBOTTEN
TOR SPOSITO (illustrasjon)
john.lindebotten@bt.no

Under kodenavnet «Weserübung Nord» planla Tyskland okkupasjonen av Norge vinteren 1940. General Nikolaus von Falkenhorst var øverstkommanderende for okkupasjonsplanen, flåtestyrken stod under kommando av kontreadmiral Hubert Schmundt, mens viseadmiral Otto von Schrader var utnevnt til øverstkommanderende for Norges vestkyst. Generalmajor Hermann Tittel, som også var med, hadde formulert oppdraget: å besette Bergen by.

8. april kl. 20.00:
Den tyske flåtestyrken får landkjenning ved Utsira fyr, litt senere Slåtterøy fyr, og etter en tid også Marstein fyr. Fyrene blinker. Tyskerne tolker det som tegn på at angrepet ikke er ventet.

Kl. 23.00:
Vest av Selbjørnsfjorden oppdager tyskerne at kystfyrene plutselig blir slukket. Admiral Hubert Schmundt antar det betyr at norske myndigheter har fått varsel om angrepet. Overraskelsesmomentet er gått tapt.

Kl. 23.40:
«Köln» setter kurs inn Korsfjorden. Resten av flåten følger. Natten er klar med god sikt. I den indre skipsleden er fyrlyktene tent.

9. april kl. 01.00:
I Korsfjorden ligger vaktbåten «Manger», som får øye på fremmede krigsskip på vei innover. Anrop med signallys blir ikke besvart. «Köln» svarer med morse og utgir seg for å være HMS «Cairo», altså britisk.

Kl. 02.00:
Litt lenger inne, ved Børnestangen lykt, ligger vaktbåten «Lindaas», som sender opp to røde signallys. Ingen reaksjon fra de tyske skipene, som fortsetter opp Lerøyosen.
Fra Lerøy fort avfyres 10-12 skudd direkte mot de tyske fartøyene. Skuddene har liten virkning, og de blir ikke besvart av tyskerne. «Köln» signaliserer på engelsk: – Går inn til Bergen for kort besøk. Ingen fiendtlige hensikter.
Torpedobåten «Storm» ligger også i området. Den går til angrep med torpedoer, men uten å treffe. «Storm» er den eneste norske torpedobåten som løsner skudd mot den tyske invasjonsflåten i 1940.

Kl. 02.20-03.00:
De tyske skipene dreier ut i Raunefjorden og fortsetter mot Vatlestraumen. Vaktbåten «Tyr» legger ut 16 miner, men de tyske skipene passerer uten at noe skjer. Torpedobåten «Sæl» og vaktbåten «Smart» får nesten nærkontakt med krigsskipene, men ingen dramatikk oppstår.
Også det norske flyvåpenet prøver seg. Torpedofly går opp fra Flatøy flystasjon, men heller ikke det gir resultater. Den tyske flåten bare fortsetter, og besvarer ikke angrepet.

Kl. 03.00-05.00:
Ved Stangen lykt (omtrent der Sotrabrua står i dag) stopper invasjonsflåten for å overføre landgangstropper fra «Königsberg» til de medfølgende torpedobåtene. Troppene skal landsettes i Gravdalsbukten og forsøke å innta Kvarven fort derfra. Av frykt for kanonene på Kvarven, velger en av torpedobåtene å sette soldatene i land i Olsvik.

Kl. 03.50:
Admiral Schmundt gir ordre om at invasjonsflåten fortsetter inn til Bergen havn. Admiralen innskjerper at det ikke skal åpnes ild med mindre man blir skutt på fra norsk side.

Kl. 05.00:
Hele den tyske invasjonsflåten er kommet inn på Bergen havn. «Königsberg» og artilleriskoleskipet «Bremse» har store skader etter treffere fra batteriet på Kvarven. Troppestyrker blir ilandsatt og møter ingen motstand.

Kl. 06.00-09.00:
Forsyningsskipene «Rolshoven» og «Tschirschky» kommer inn Herdlafjorden og legger til ved Kristiansholm. De er lastet med ulike typer materiell til bruk for den tyske okkupasjonsmakten.

BAKKESTYRKER: *Angrepsflåten hadde ca. 1900 soldater. Dette var bakkestyrker som skulle landsettes sentralt rundt Bergen havn.*

MISLYKKET: *Et Heinkel-115 sjøfly og et Hover M. F. 11 tok av fra basen på Flatøy for å bombe den tyske angrepsflåten. Resultatet var mislykket.*

Oktober 2010 auf, in dem zahlreiche Infografiken das vereinigte Deutschland in Zahlen beschrieben. Doch Skandinavien ist weiterhin Vorreiter im Bereich Visual Storytelling.

„Bergens Tidende" hätte eben auch die Manpower, Geschichten so aufzubereiten. „Bei deutschen Verlagen arbeiten meinetwegen hundert Journalisten, zwei freie Fotografen und kein Layouter. Bei ‚Bergens Tidende' gibt es meinetwegen 80 Journalisten, zwanzig Layouter, sechs Fotografen, einen Art Director und einen angestellten Illustrator."

Dass in Deutschland bisher wenig Derartiges zu sehen war, ist mit ein Problem der Journalistenausbildung. Die angehenden Journalisten würden sich zu sehr für das Schreiben interessieren und würden zu wenig auf das Erzählen in Bildern vorbereitet.

Für Visual Storytelling sei es unerlässlich, in den Redaktionen mehr zu kooperieren und Leute mit unterschiedlichen Schwerpunkten, wie Journalisten, Infografiker und Fotografen, zusammen an einem Projekt arbeiten zu lassen. „Im visuellen Journalismus hinken wir im deutschen Sprachraum noch hinterher. Deutschland, Österreich und die Schweiz sind nach wie vor eher textfreudig. In Skandinavien denken die Zeitungen im Team und arbeiten anders. Dort gibt es auch Alltagsstrecken mit Bild, Überschrift und Text, wo nicht groß nachgedacht wird, aber sie können Highlights setzen. Das sehen wir dann in den Einreichungen für den European Newspaper Award", meint unser Gesprächspartner.

Fotografen rät Küpper vor Ort schon in Strecken zu denken und Geschichten in mehreren Bildern aufzulösen, Abläufe zu dokumentieren, zum Beispiel an Hand einer Zeitachse. Auch außergewöhnliche Perspektiven wie Draufsichten wären für die Gestaltung interessant. *Kathrin Bartel*

Mehr Infos unter: www.editorial-design.com
Einsendeschluss für den 14. European Newspaper Award ist der 8. Oktober 2012.

ImagineChina

eine der größten Bildagenturen im Reich der Mitte

Mit Hauptsitz in Shanghai ist ImagineChina eine der größten Agenturen in China. Neben weitläufigen Bildberichterstattungen, Nachrichten und Reportagen zu internationalen sowie nationalen Themen versorgt der News Service von ImagineChina die wichtigsten chinesischen Verlage, Zeitungen, Magazine, Internetseiten, PR-Unternehmen und Fernsehsender mit Bildmaterial, eigenen Stockfoto-Produktionen und Texten. Der Fokus der Agentur liegt auf Themen aus den Bereichen Wirtschaft, Kultur, Unternehmen und Reisen. Bilder von Laif, Corbis und anderen internationalen Agenturen werden in China angeboten.



Der 1969 geborene Franzose Jerome Lacroisniere arbeitete bereits seit 1994 in China und gründete 1999 gemeinsam mit Kuang Zhan Chen die Agentur. Im darauf folgenden Jahr stiegen zwei weitere Partner mit ein, Zan Kuang sowie der Deutsche Fiepko Klug. Jerome Lacroisniere selbst besitzt den größten Anteil der Firma und hat bereits sieben Jahre vorausgehende Banking-Erfahrung. Kuang Zhan Chen hat zuvor neun Jahre im Business Management gearbeitet.
Gestartet ist das Projekt, als er und Kuang Zhan Chen anfingen, für ihre Arbeit und auch aus eigenem Interesse durch China zu reisen. Lacroisniere berichtet: „Wir hatten das gemeinsame Bedürfnis, die tiefgehenden sozialen Veränderungen in China Ende der 90er Jahre zu dokumentieren. Keiner von uns war Fotograf oder Journalist. Wir entschieden uns damit anzufangen, Reportagen zu produzieren und führten sie zunehmend in Publikationen in den USA, Deutschland, Großbritannien, Frankreich und Italien ein. Schließlich begannen wir erfolgreich damit, unsere eigenen Reportagen und Produktionen in den chinesischen Medien zu verbreiten. Wir unterzeichneten bereits 2001 unsere ersten ausländischen Repräsentationen in China – jedoch begann erst 2002 die richtige Expansion unserer Agentur."
ImagineChina kümmert sich um die Syndikation von 30 regionalen Zeitungen. Es gibt ein Kernteam von über 50 Fotografen und ein erweitertes Netzwerk von mehreren hundert Fotografen, die jeden Bereich in China abdecken. Täglich werden 2000-3000 chinesische Fotografien angefertigt, alle davon herausgegeben und vertrieben in China, Hong Kong und Taiwan. Mittlerweile werden sogar etwa 10 % davon in Englisch herausgegeben, um die etwa 70 ausländischen Agenturen und Weiterverteiler zu versorgen, die sie vertreten, einschließlich AFP, AP, dpa. Zur Agentur gehören zusätzlich 100 Mitarbeiter von Shanghai bis Beijing sowie einzelne Mitarbeiter, die von einem halben Dutzend Provinzstädten aus tätig sind.
Die Redakteure der Agentur arbeiten daran, so Lacroisniere, die vielen täglichen Produktionen zu dokumentieren und mit erweiterten Bildunterschriften und Texten zu versehen. Allerdings seien sie keine Textagentur wie AFP oder AP. Was Videos betreffe, so seien sie gerade in der Probephase und werden diese vermutlich im nächsten Jahr einführen.
Es gibt in der Tat viel Arbeit, da es wöchentliche, wenn nicht sogar tägliche Erneuerungen des Angebots und

ständige Veränderungen gibt. Der chinesische Medienmarkt expandiert. Auch Bordmagazine, wie zum Beispiel das von Air China, veröffentlichen nun regelmäßig Beiträge. Bereits seit 2002 arbeitet ImagineChina mit Laif und der dpa zusammen. Laut Lacroisniere sind dies zwei ihrer frühesten Partner.



Fotos: ImagineChina

Es gibt vier Verbreitungsarten:

www.icpress.cn – welches im Großen und Ganzen die Hauptnews liefert und der Editorial Dienstleister in China ist. Es werden etwa 3000 Medien in China, Hong Kong und Taiwan beliefert. Dieser News-Service wird von allen großen chinesischen Zeitungen, Magazinen, Verlegern, Fernsehsendern, Internetseiten und digitalen Medien genutzt. Täglich werden 15.000 neue Fotos, News, Berichte aus Business, Sport und Unterhaltung sowie kulturelle Inhalte aus der eigenen Produktion als auch von über 50 ausländischen Repräsentanten einschließlich AFP, AP, dpa, Camera Press, WENN, Startraks, Yonhap, Kyodo und Magnum bearbeitet und ins Chinesische übersetzt. Das Archiv beinhaltet über 20 Millionen Fotos.

www.icreative.cn – der RF- und RM-Stockfoto-Service beinhaltet die neuesten Produktionen von einigen der besten Stockfoto-Agenturen, einschließlich Corbis, Amana, Imagesource, Cultura, Blend und Ojo sowie spezialisierte Sammlungen aus den Bereichen Reisen, Essen und Wissenschaft. Die Wichtigsten sind unter **www.icreative.cn/crtvhz.ic** aufgelistet. Der Bestand beträgt über 5 Millionen Fotos inklusive eigener Produktionen sowie über 50 fremde Kollektionen.

http://888.icreative.cn – bietet einen Service mit exklusiven Sammlungen von Fotos und Illustrationen aus chinesischen, asiatischen und europäischen Produktionen.

www.imaginechina.com – Dieser Service ist auch auf Englisch und bezieht sich nur auf die eigenen Erzeugnisse und Archivbestände. Er wird meist von Herausgebern außerhalb Chinas in Anspruch genommen.

Die Preise betragen 10-25 US-Dollar für durchschnittliche Onlinemedien, Zeitungen und Magazine. Stockfotos werden üblicherweise für kommerzielle Veröffentlichungen für 150-250 US-Dollar verkauft.

China besitzt einen starken Editorial-Markt, meist angeführt von einer großen Anzahl von konkurrierenden Mediengruppen aus den wichtigen, aber auch regionalen Städten. Wenn man die Größe Chinas berücksichtigt, so ist der Werbemarkt immer noch begrenzt, jedoch bewegt er sich momentan zunehmend schnell. In China ist es, so stellt Lacroisniere fest, immer noch nicht leicht, als „Ausländer" eine eigene Firma aufzumachen oder als Anbieter aufzutreten – trotz des Fachkräftemangels im Bereich der kommerziellen Fotografie.

Es werde, neben der andersartigen Mentalität, immer noch streng kontrolliert, was man mitunter daran erkennt, dass anscheinend der Zugriff auf ausländische Internetseiten gesperrt ist. Fotografen aus anderen Ländern kann er nur empfehlen, sich an Agenturen, die Fotografen vertreten, zu wenden oder sich als Anbieter einen Vertriebspartner in China zu suchen. *Jennifer Rothen*

European Photo Exhibition Award 01

Mit dem ersten European Photo Exhibition Award (epea) wurden zwölf junge Fotografinnen und Fotografen aus Europa ausgezeichnet, die Foto-Essays zum Thema „Europäische Identitäten" erarbeitet haben. Dieses Projekt entstand in Zusammenarbeit mit der Fondazione Banca del Monte di Lucca, der Fundação Calouste Gulbenkian, der Institusjonen Fritt Ord und der Körber-Stiftung. Intention dieses Gemeinschaftsprojekts ist die Darstellung der unterschiedlichen Sichtweisen der Nachwuchsfotografen und die Förderung eines innereuropäischen Dialogs.
Die Hamburger Deichtorhallen zeigten vom 3. Mai bis 3. Juni 2012 im Haus der Photographie die Arbeiten der Teilnehmer. Danach wandert die Ausstellung quer durch Europa – vom Paris Photo Festival im Herbst 2012 über das italienische Lucca Foto Fest im November bis ins Nobel Peace Center in Oslo im März 2013.
www.epeaphoto.org/

Masterstudium mit Peter Bialobrzeski

Zu Beginn des Wintersemesters im Oktober 2012 werden an der Bremer Hochschule für Künste laif-Fotograf Peter Bialobrzeski und seine Kollegin Andrea Rauschenbusch (Editorial Designer) im Rahmen des Studiengangs Integriertes Design in einem eigenen Masterstudio mit dem Titel „Bild und Text als kulturelle Praxis" die ästhetischen Strategien der Fotografie und der visuellen Kommunikation untersuchen. Bei diesem Masterstudium bilden Fotografie und visuelle Systeme die Klammer für die vielfältigen Dialoge von Bild und Text in der visuellen Kommunikation. Die Projekte vereinen Theorie, Forschung und Entwurf in den Feldern der klassischen Zeitschriften- und Magazingestaltung, der Buch- und Bildbandkonzeption und allen Grenzbereichen der Kunst- und Informationsproduktion.
Anhand von übergreifenden Problemstellungen profilieren sich die Studierenden in Einzel- wie Teamarbeit als selbstbestimmte Gestalter und Fotografen, die ihre Fähigkeiten und Haltungen in kulturellen wie ökonomischen Kontexten einzubringen wissen.
www.laif.de
www.hfk-bremen.de

„deutscher preis für wissenschaftsfotografie" 2012

„bild der wissenschaft" schreibt in diesem Jahr zum 7. Mal den „deutschen preis für wissenschaftsfotografie" aus. Die Teilnehmer sollen mit ihrem ganz eigenen Blick auf Menschen und Objekte aus Wissenschaft und Forschung ihr „Bild der Wissenschaft" in Fotos festhalten.
Es spielt für die Teilnahme keine Rolle, ob man sich als Profifotograf oder Amateur bewirbt. Es können Fotos, die im Zeitraum zwischen 1. Januar 2011 und 31. Juli 2012 entstanden sind, eingereicht werden.
Der Preis ist mit insgesamt 20.000 Euro dotiert:
Einzelfoto 1. Preis: 7.000 Euro, Einzelfoto 2. Preis: 4.000 Euro, Mikro-/Makrofotografie: 2.000 Euro
Reportage: Eine bezahlte Fotoreportage für „bild der wissenschaft" im Wert von 7.000 Euro.
Einsendeschluss ist der 31. Juli 2012
Kontakt: Bildredaktion bild der wissenschaft
Telefon 0711 – 75 94 379
bdw.bildredaktion@konradin.de
Weitere Informationen unter www.wissenschaft.de/fotopreis

„Track – Gent"

Bis 16. September 2012 kann man im belgischen Gent sowohl den Spuren (tracks) renommierter internationaler Künstler als auch junger Talente folgen – in Privatwohnungen, im Stadtraum, in öffentlichen und historischen Gebäuden.
Die Stadtausstellung TRACK ist ein riesiges Kunsthappening und öffnet überraschende Einblicke in

die Kunst und in die Zeit, in der wir leben. Alle Künstler stellen eine Verbindung mit dem jeweiligen Ort her, an dem ihre Arbeiten ausgestellt werden. Themen sind unsere globalisierte Welt, die Überalterung der Gesellschaft sowie Religion und Migration. Als zentraler Treffpunkt fungiert das städtische Museum für aktuelle Kunst S.M.A.K.

www.smak.be

Mobile Werbung

von Oliver von Wersch

Mobile Vermarkter und Netzbetreiber sorgen mit „Mobile Premium AdPackage" für vereinfachte Ausspielung von Mobiler Werbung. Die Standardisierung senkt hohe Kreationskosten bei Agenturen.

Schnell am Smartphone die Mails prüfen, im Mobile Internet surfen oder aktuelle Fotos und Videos veröffentlichen – für die Mobile-Generation gehört dies mittlerweile längst zum Alltag. Die Omnipräsenz intelligenter Smartphones macht diese Endgeräte auch zu immer begehrteren Werbeträgern, mit denen sich Konsumenten in allen Lebenslagen erreichen und mobilisieren lassen. Die Unit Mobile Advertising (MAC) im Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. stellt mit dem aktuell MAC Mobile Report 2012/01 neue Standards und Richtlinien für den Mobile Werbemarkt vor. Mit diesem Schritt sorgen die im MAC organisierten Vermarkter und Netzbetreiber für eine deutliche Vereinfachung bei der Ausspielung von mobiler Werbung in Deutschland. Durch die neue Standardisierung sollen künftig die hohen Kreationskosten auf Agenturseite sinken und vor allem die unterschiedlichen technischen Hürden am Markt reduziert werden. Als weiteres Ziel plant die MAC die Bereitstellung einer technischen Infrastruktur, auf deren Basis die Vermarkter gemeinsam mit Agenturen und Kunden die Standardisierungsprozesse weiterentwickeln können.

Weitere Informationen unter www.bvdw.org

Carmignac Gestion-Preis für Fotojournalismus

Die 1989 von Edouard Carmignac gegründete und in Luxemburg beheimatete Vermögensberatung und Fondsgesellschaft Carmignac Gestion vergibt seit 2009 den internationalen Carmignac Gestion-Preis für Fotojournalismus. Er richtet sich an professionelle Fotojournalisten, die sich mit Reportagen aus Krisengebieten durch ihren Mut und ihr soziales Miteinander hervortun. Dabei ist den Bewerbern freigestellt, wie sie das Thema angehen wollen – in Farbe, schwarz-weiß, digital, aus sozialem oder kulturellem Blickwinkel.

In diesem Jahr steht der Wettbewerb unter dem Thema „Tschechien". Einsendeschluss ist der 30. September 2012.

Der Gewinner des Carmignac Gestion Photojournalism Award wird mit 50.000 Euro unterstützt, um sein Projekt innerhalb von fünf Monaten umzusetzen.

www.fondation-carmignac-gestion.com

2013

sind es 40 Jahre, dass diese Zeitschrift auf dem Markt ist. Die Jubiläumsausgabe erscheint in einer größeren Auflage und wird umfangreicher.

Termin für Anzeigen und redaktionelle Meldungen ist der 31.12.12.

Burdaschule mit neuem Leiter

Der Kommunikationschef der Hubert Burda Media, Nikolaus von der Decken, hat am 1. Juni die Leitung der Burda Journalistenschule übernommen. Von der Decken gehört schon seit zwei Jahren dem Beirat der verlagseigenen Journalistenschule an.
Zuvor war von der Decken u.a. Pressesprecher bei dem Pay-TV-Sender DF1 und hat als Referent für Öffentlichkeitsarbeit in der KirchGruppe gearbeitet.
Die Burda Journalistenschule bildet pro Jahr ca. 30 Redakteure für die verschiedenen Titel des Verlags aus. Jeder Jahrgang der Burda Journalistenschule produziert zudem eine eigene Zeitschrift, die auch in den Markt geht. So entstanden in der Schule z.B. bereits das Lifestyle-Magazin „Hollyhome“ oder die Zeitschrift „Eazy“ für Mode zum Selbermachen.

Täglich fünf Millionen Fotos – Facebook kauft Fotodienst Instagram

Facebook übernahm zu einem Kaufpreis von einer Milliarde Dollar (etwa 760 Mio Euro) kurz vor seinem Börsengang den Fotosharing-Dienst Instagram – mit unglaublichen zwölf Mitarbeitern und null Dollar Umsatz – und damit einen der populärsten und am schnellsten wachsenden Fotodienste. Das Team zog in die Facebook-Büros ein und soll seinen Dienst auch für Nutzer weiterbetreiben, die ihn unabhängig von Facebook nutzen wollen. Der Hauptnutzen für Facebook dürfte aber sein, dass der Dienst eng mit Facebook verzahnt werden kann. Derzeit werden täglich über fünf Millionen Fotos hochgeladen. Instagram kooperiert außerdem mit Twitter und dem nächsten großen Netzwerk Tumblr, das sich anschickt, MySpace zu ersetzen.
Instagram funktioniert sowohl auf iPhones und iPads wie auf den immer zahlreicher werdenden Android-Geräten mit Googles-Betriebssystem.

„Stern“ fördert Nachwuchs im Fotojournalismus

Unter dem Dach der „Stern“-Art-Direktion startete ein neues Programm zur Förderung von Nachwuchstalenten. Erster Baustein ist ein „Stern Stipendium“. Mit diesem Programm soll der Nachwuchs im Fotojournalismus gezielt gefördert werden.
Die Redaktion nutzt ihre Expertise und engen Verbindungen in die weltweite Fotografieszene, um junge Talente aufzuspüren und will diesen eine erste Perspektive im Fotojournalismus bieten. „Junge Fotografie“ wurde unter der Leitung von „Stern“-Art Director Johannes Erler gestartet und besteht aus mehreren Bausteinen. Die Ergebnisse aus der Arbeit mit herausragenden jungen Fotografen sollen auch Lesern und Interessierten zugänglich sein.
Die Redaktion vergibt jedes Jahr einen 12-Monats-Vertrag an zwei engagierte Nachwuchsfotografen mit abgeschlossener fotojournalistischer Ausbildung. Sie erhalten die Chance, auf fester Vertragsbasis ein Jahr lang exklusiv für den „Stern“ zu arbeiten. Eingebettet in die Redaktion sollen sie in dieser Zeit zusammen mit „Stern“-Redakteuren im In- und Ausland journalistisch und optisch eindrucksvolle Themen erarbeiten. Der Schwerpunkt wird auf moderner Porträt- und Reportagefotografie des aktuellen Zeitgeschehens liegen.

Fotobuch-Boom durch App aus Deutschland

Ein Spezialanbieter aus Oldenburg entwickelte die Ecce Terram App, welche die Mitglieder kostenlos auf die Facebookseite installieren können. Diese App erlaubt es, Fotobücher direkt aus Facebook-Fotoalben zusammenzustellen, online zu bestellen und direkt von der Druckerei an die Empfänger versenden zu lassen.
Die neue App bescherte Facebook bereits jetzt einen Bestellboom an Fotobüchern. Ein besonderes Highlight ist, dass auch Schnappschüsse in niedriger

Bildauflösung aus den Facebook-Alben blitzschnell in präsentable Fotobücher umgewandelt werden.
Ecce Terram's Facebook-App erreicht man bei Facebook unter dem Suchbegriff „Share Your Photostory", sowie im Internet unter folgendem Link:
http://share-your-photostory.de

Mobile Gipfel 2012

Jeder dritte Deutsche besitzt bereits ein Smartphone, bei den unter 30-jährigen Konsumenten sind es mehr als die Hälfte. Das Smartphone wird damit praktisch zur Fernbedienung des Lebens – und zum Bindeglied zwischen virtueller und realer Welt. Der massive „Mobile"-Trend und seine Bedeutung als zukünftiges Marketingtool und innovativer Commerce- und Retailkanal stand im Mittelpunkt des Kongresses Mobile Gipfel 2012. Dieser fand vom 26. und 27. Juni 2012 im Radisson Blu Scandinavia Hotel, Düsseldorf, statt.

NOCH zeitgemäß? Weg mit den Downloadgebühren?

„Wir haben den Fotoagenturen ein Gespräch angeboten, um eine mögliche Form der Kompensation der Downloadgebühren zu diskutieren", meint der Hamburger Verlagsleiter Matthias Döpfner.
Nach Auffassung von mehreren Verlegern ist diese Gebühr nicht mehr zeitgemäß. Der Springer Verlag hat bereits in diesem Jahr die Auszahlungen von Downloadgebühren um 50 % gesenkt und will diese 2013 ganz abschaffen.
Die Bildagenturen und Fotojournalisten lehnen dies mit der Begründung ab, dass es immer üblich war und Verlage verpflichtet sind, Ausgaben zu erstatten. Im Tarifvertrag für arbeitnehmerähnliche Mitarbeiter bei Tageszeitungen sei dies festgeschrieben.
Die von dieser geplanten Neuerung betroffenen Bildanbieter weisen darüber hinaus darauf hin, dass es seit Jahren Bearbeitungsgebühren gibt, welche durch die erfolgte Umstellung auf die digitale Bildübermittlung heute praktisch entfallen. Gebühren für Bildportale, Server und Verschlagwortung fallen an und können mit den immer geringer werdenden Honoraren nicht mehr kostendeckend aufgefangen werden.
Bildanbieter und Nutzerverbände sind gefordert, hier schnell eine einvernehmliche und gemeinsame Lösung zu finden, die der Entwicklung des Bildgeschäftes auf beiden Seiten förderlich ist.

Sparen mit Sonderkonditionen und Rabatten

In den letzten Jahren ist der Wertverfall für Bildrechte im gesamten publizistischen Bereich sehr bedrohlich geworden. Viele kleine Bildagenturen und freie Bildjournalisten haben ihre Arbeit eingestellt.
Inzwischen sind von dem Abwärtstrend bei den Honoraren auch die großen Bildanbieter mit ihren Millionenbeständen betroffen und spüren die Auswirkungen. Dies alles vor dem Hintergrund einer steigenden Bildnachfrage im Print- und vor allem im Online-Bereich.
Besonders von den „Großen" werden jetzt Rabatte angeboten – ab einem gewissen Preislevel und bei kontinuierlicher Abnahme von 10, 100 oder mehr Motiven.
Bei einer Bestellung im Wert von über 600 Euro gibt es einen Preisnachlass in Höhe von 25 %; bei 900 Euro beträgt der Rabatt 35 %.
Preisnachlässe gab es schon immer, auch in dieser Branche. Die angebotenen Nachlässe sind „offiziell", darüber hinaus gibt es aber auch sehr weitgehende Sonderkonditionen, über welche die Verkaufsleiter allerdings nicht sprechen wollen.
Auch Getty als wohl größte Agentur des Bildmarktes sucht neue Wege. Bei Getty spricht man gleichzeitig gerüchteweise davon, dass die Agentur einen Käufer sucht, bzw. wieder an die Börse gehen möchte.
Die Bildbranche durchläuft den wohl größten Umwandlungsprozess der Geschichte – vor dem Hintergrund einer Inflation von riesigen Bildmengen und – angeboten und einer allgemeinen Deflation der Gewinne.

Canon Profifoto Förderpreis 12/2

Der zweimal jährlich ausgeschriebene Nachwuchswettbewerb für professionelle Fotografie wird immer mehr zu einem Sprungbrett für junge Fotografinnen und Fotografen, die mithilfe des Canon Profifoto Förderpreises ihre Projekte nicht nur verwirklichen, sondern auch durch die Agentur laif vermarkten lassen können.
Die ausgewählten Projekte werden mit Canon-Equipment im Wert von 2.000 Euro gefördert.
www.canon-profifoto-foerderpreis.de

„Money Talks“

Unglaublich aber wahr, Produktionsfirmen bieten Interviews mit Prominenten gegen Bares an. Für einen „Money Talk“ verlangt die Torontoer Filmschmiede 3232 Dollar für ein Interview mit Brad Pitt. Der Schauspieler steht dafür aber nicht für Einzelinterviews zur Verfügung, sondern steht zusammen mit einem seiner Filmpartner Rede und Antwort. Ein Schnäppchen ist dagegen ein Vieraugen-Gespräch mit Kristen Stewart für 1293 Dollar.
Alliance Films, in Cannes mit Brad Pitt und Kristen Stewart und den Filmen „Killing them softly“ und „On the road“ vertreten, schickte vorab sogar Preislisten an Filmjournalisten.
Es ist aber nicht das erste Mal, dass Produzenten aus Interviews mit Prominenten in Cannes Kapital schlagen wollen. 2007 soll das Team von Produzent Harvey Weinstein 1500 Dollar pro Interviewplatz mit Quentin Tarantino für „Death Proof“ verlangt haben.
Insider sehen hinter den bezahlten Interviews einen Versuch, die hohen PR-Kosten für Cannes wieder reinzuholen

Neues deutsches Stockfotografie-Forum

Seit kurzem ist das neue deutsche Stockfotografie-Forum (http://stockfotografie-forum.de) an den Start gegangen. Das Forum beschäftigt sich mit den Themen Microstock, Macrostock und dem Verkauf von Bildern. Innerhalb des ersten Tages registrierten sich schon über 70 Teilnehmer.
Das Forum wird von Robert Kneschke betrieben, der auch den Blog „Alltag eines Fotoproduzenten“ schreibt. R. Kneschke ist Autor des Buchs „Stockfotografie“. Im Forum steht dem Betreiber als Moderator Ralf Nöhmer vom Blog schwarzbuntes.de zur Seite.
Blog: www.alltageinesfotoproduzenten.de
http://stockfotografie-forum.de

Weltkulturerbe in aller Welt

Am 31. Mai 2012 startete Google das World Wonders Projekt in digitaler Form und stellt es jetzt allen Interessenten zur Verfügung.
Dank der Technologie von Google Street View können damit die Benutzer der Plattform unterschiedliche Orte und Sehenswürdigkeiten in 18 Ländern der Welt erleben und entdecken. Das Projekt umfasst derzeit 132 historische Bauten und Denkmäler, wie etwa Stonehenge, die Ausgrabungen in Pompeji und die alten Tempel in Kyoto. Ziel des Projektes ist es, in Zusammenarbeit mit Partnern wie der UNESCO, dem World Monuments Fund, Getty Images und Ourplace einzigartige Sehenswürdigkeiten des Weltkulturerbes zu bewahren, für die Nachwelt zu erhalten und Interessenten zugänglich zu machen.
Street View steht Nutzern in 39 Ländern zur Verfügung. User können so Städte und Ortschaften virtuell von ihrem Computer aus erkunden: Durch weiterentwickelte Kameratechnologien können nun auch die Straßen verlassen und einige kulturhistorisch bedeutsame Orte der Welt in Panorama-Format angesehen werden. Neben 3D-Modellen und YouTube-Videos bietet die Internetseite des World Wonders Projekts auch offizielle Fotos und Informationen der Projektpartner.
„Wir sind sehr froh, als Partner an diesem Projekt mitarbeiten zu können“, meint Matthew Butson, Vice President eines der größten Bildarchive. Auch

die UNESCO ist glücklich darüber, bei diesem Projekt mitzuwirken, und vom World Monuments Fund wird darauf hingewiesen, dass vielen Menschen nicht bewusst ist, welcher Aufwand notwendig ist, die berühmten Stätten zu erhalten und zu restaurieren.

Mobile Photo Sharing

Von Severin Matusek

EyeEm ist eine Foto-Sharing & Discovery App aus Berlin. Angefangen haben wir bereits im Jahr 2010, als wir mit einem einfachen Blog gestartet sind und die Vision hatten, Fotos, die mit Mobiltelefonen gemacht worden sind, auszustellen. Das ist unglaublich angekommen und binnen weniger Monate hatten wir mehr als 15.000 von Leuten aus aller Welt gesammelt. Darauf folgte eine Ausstellung in Berlin und New York und schließlich die Idee, selbst eine Foto-App zu bauen.

EyeEm ist nun seit August 2011 als App für iPhone und Android erhältlich, seit März 2012 auch für Windows Phone. Es hat sich in der Zeit eine sehr aktive Community rund um EyeEm gebildet, die täglich mehrere tausend Fotos hochlädt, liked und kommentiert. Wie eine kleine Foto-Welt, die man in der Hosentasche trägt, entdeckt man bei EyeEm mit jedem Foto, das man schießt, neue Fotos, die für einen relevant sind, Neues entdecken lassen, die eigene Umgebung erschließen. Unsere Vision hinter EyeEm geht daher über eine Foto-App hinaus; es geht um eine visuelle Reise durch die Welt – als Teil einer weltweiten Community, die ihr Leben in Bildern festhält.

www.eyeem.com

blog.eyeem.com

Edition Lammerhuber

Am 14. Juni wurden im Rahmen einer rauschenden Galanacht in der Gasometerhalle in Wien die printissimo/emballissimo Awards 2012 vergeben – eine Auszeichnung der österreichischen Papierindustrie für herausragende Printprodukte, bei der das erfolgreiche Zusammenspiel von kreativen Ideen und technisch perfekter Umsetzung prämiert wird. Edition Lammerhuber durfte sich über den Sieg in der „Königskategorie“ ART mit dem Buch MUSÉE DU LOUVRE I GEMALTE SCHUHE freuen.

Der Wiener Verlag hat anlässlich des Lumix Festivals in Hannover zum ersten Mal den Lammerhuber Photography Award gestiftet. Der Preis ging an den Fotografen Christopher Capozziello für seine Reportage „The Distance Between Us“. Mit einem Preisgeld von 5.000 Euro wurde damit die Reportage einer „Alltagsgeschichte“ ausgezeichnet.

Die Jury war besetzt mit dem Magnum-Fotografen Thomas Höpker und der GEO-Bildchefin Ruth Eichhorn.

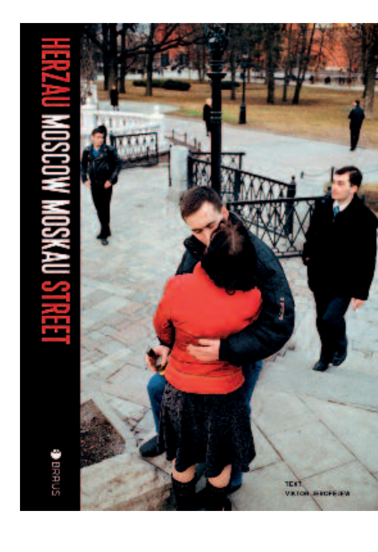
Ein Buch mit dem gleichnamigen Titel ist im Wiener Verlag für 2013 geplant.

Andreas Herzau:

Menschen auf Moskaus Straßen!

Er küsst sie mit geschlossenen Augen, die Bierflasche in der einen Hand, die andere auf ihren Rücken gelegt. Ihr Gesicht ist nicht zu sehen. Dafür strahlt ihre rote Jacke viel Lebensfreude aus, sodass diese leidenschaftliche Szene an einem Moskauer Brunnen nun das Cover eines Fotobuches über die russische Metropole schmückt: „Moskau – Moscow Street".

Fotograf Andreas Herzau hat diesen Moment 2008 auf Film festgehalten und jetzt mit 90 weiteren Aufnahmen in Schwarz-Weiß und Farbe veröffentlicht. „Ich fotografiere sehr dezidiert, einerseits in Schwarz-Weiß oder in Farbe. Ich unterscheide zwischen Farbfotografie und Buntfotografie. Für mich hat Farbfotografie immer dann eine Berechtigung, wenn die Farbe in dem Bild ein eindeutiges Gestaltungsmerkmal darstellt und eine zusätzliche Information bietet." So gibt es neben dem roten Anorak auf dem Cover, eine Moskauerin mit roten Lippen zu entdecken oder lange, dreieckige, rot lackierte Fingernägel auf schwarzem Pelz.
Mit kleinen Analogkameras im Gepäck, darunter zwei Contax und eine Spiegelreflex, zog er während mehrerer Aufenthalte durch Moskaus Straßen. „Ich bin jemand, der sehr diszipliniert arbeitet. Ich habe mir morgens meine Stullen geschmiert und bin losgezogen, um zu Fuß, mit der U-Bahn und teilweise auch mit den Bussen Moskau zu erwandern", sagt Andreas Herzau. Dabei versucht er möglichst nicht aufzufallen: „Ich arbeite mit ganz kleinen Kameras, ich sehe aus wie ein Tourist. Ich mach' mich nicht besonders unsichtbar und dränge mich auch nicht in den Vordergrund. Oftmals verschwinde ich einfach in der Masse."
So entstehen eindrucksvolle Momentaufnahmen im Straßenwirrwarr. Die Aufnahmen erzählen etwas über die Menschen Moskaus. Ein Bild zeigt eine Hand mit gestrickten Fingerpuppen auf jedem Finger. Ein Paar versucht einen Formationsflug von Kampfflugzeugen mit dem Handy aufzunehmen.



Andreas Herzau bringt durch die gewählten Perspektiven und seine Nähe zu den dargestellten Menschen den Betrachter direkt mitten ins Geschehen.
Seine Bilder sprechen den Betrachter auf den ersten Blick an, auf den zweiten Blick gibt es oft noch etwas mehr zu entdecken. Oft korrespondieren die Bilder der Doppelseiten miteinander.
„Man nimmt am Tagesgeschehen teil, beobachtet, lässt sich treiben. Man folgt jemandem, man sieht was. Assoziationsketten laufen dabei ab. Ich fahre zum Beispiel mit der Metro, sehe eine interessante U-Bahn-Station und steige aus. Dann ist dieser Ort gar nicht so toll, ich gehe nach oben, da ist gerade eine Demonstration oder ein Markt oder sonst irgendwie was oder ein großes Bankenviertel, wo die Leute gerade Mittagspause machen. Aus dem Gefühl her-

aus, dass das ein Platz für ein Bild sein könnte, fange ich an zu arbeiten“, erklärt Andreas Herzau. Seine Fotos entstehen spontan.

Dadurch gelingt es ihm, das kontrastreiche Lebensgefühl der Megacity in Bildern einzufangen. Man geht um eine Ecke und hat das Gefühl, man ist mitten in der UdSSR, in der Sowjetunion. Geht man wieder um die nächste Ecke, meint man in Mailand, Paris oder New York zu sein, sagt Herzau.

Um solche Kontraste stärker herauszuarbeiten setzt er Schwarz-Weiß-Filme ein. Schwarz-Weiß kommt auch bei einigen Architekturaufnahmen zum Einsatz. „Das neue Sehen, was uns die russische Avantgarde beigebracht hat, war für mich eine Referenz. Das hat natürlich damals auch alles in Schwarz-Weiß stattgefunden. Die Bilder sind eine Verbeugung vor den großen russischen Konstruktivisten“, meint der Bildautor.

Ergänzend zu den Bilden entführt der russische Schriftsteller Viktor Jerofejew in einem begleitenden Essay in sein Moskau. Neugierde war es auch, die Andreas Herzau nach Moskau zog. „Aus dem Geschichtsunterricht kannte ich so gut wie nichts von dieser Stadt, die sich stets als Repräsentant Russlands geriert, dabei aber doch ein Staat im Staate ist. Russland ist nicht Moskau und Moskau mitnichten Russland“, schreibt er im Vorwort. Auch New York ist nicht Amerika und dennoch ein Symbol der neuen Welt.

Für Menschen, die planen Moskau zu besuchen, ist das Buch wenig hilfreich, die Bilder werden nicht durch Texte und Ortsbenennungen ergänzt. Durch den berechtigten künstlerischen Anspruch und Herzaus besonderen Stil ergeben sich weitere Betrachtungsebenen.

Kathrin Bartel



Moskau Moscow Street
Edition Braus, Berlin
Hardcover, Format:
23,5 x 32 cm
Etwa 90 Abbildungen
Etwa 144 Seiten,
34,95 EUR
ISBN: 9783862280285

DJV: Honorare und Vertragsbedingungen für Text und Bildjournalisten 2012

Vom Deutschen Journalistenverband e.V. liegt die zwölfte aktualisierte Ausgabe einer knapp 100 Seiten starken Broschüre vor, die eigentlich jeder lesen sollte, der für Redaktionen freiberuflich im Print- oder Internetbereich tätig ist.
Enthalten sind Vertragsentwürfe für freie Mitarbeiter mit Honorarempfehlungen – dabei geht es um Auflagen, Zeilen, Tagessätze, Erst- oder Zweitdruckrechte und viele weitere Kriterien aus der Praxis. Einblendungen in Onlinedienste, Internet und Intranet sind ebenso aufgelistet wie Zuschläge für besondere Aufgaben bei Video- und Audioarbeiten. Bei den Bildhonoraren findet man Auszüge aus der Honorarübersicht der Mittelstandsgemeinschaft Fotomarketing (MFM) und Model Release-Verträge für Presse und Werbung sowie Entwürfe für Rechnungen, Lieferscheine und Geschäftsbedingungen für Wort- und Bildjournalisten. Auch der derzeit gültige Tarifvertrag ist abgedruckt.
Hauptautoren sind Michael Hirschler und Rechtsanwalt Benno H. Pöppelmann vom DJV.
In der Praxis werden die aufgeführten Honorare und Regeln zu der Zusammenarbeit zwischen Anbietern und Nutzern leider in den seltensten Fällen respektiert. Dies trifft gleichermaßen für Bild- und Textarbeiten zu. Nichtsdestotrotz ist dies eine interessante Richtschnur zur Information, und bei Streitfällen durchaus hilfreich.

Zu beziehen ist diese Broschüre über die DJV-Verlags- und Service GmbH. Per E-Mail unter mur@djv.de sowie unter www.djv.de/service oder unter der ISBN 978-3-935819-42-8 über den Buchhandel zum Preis von 6,50 Euro.

2012/2013 Bewegtbild im Web

Der BVDW veröffentlicht eine vollständig überarbeitete Ausgabe des BVDW-Standardwerks „Bewegtbild im Web“. Welche Unterschiede gilt es bei IPTV, Web-TV, Internet-Fernsehen, VoD, Pre-Roll-Ads oder In-Stream- und In-Page-Ads zu beachten? Das Standardwerk für die werbungtreibende Wirtschaft kombiniert das Fachwissen bekannter Branchenexperten aus der Fachgruppe Agenturen und der Unit AdTechnology Standards im BVDW. Auch Neueinsteiger erhalten mit dem „Bewegtbild im Web 2012/2013“-Kompass die Chance, ihre Kenntnisse über Nutzungsmöglichkeiten für Bewegtbild-Werbung zu vertiefen.
Der neue „Bewegtbild im Web 2012/2013“-Kompass erschien am 14. Mai 2012 ausschließlich als E-Book und ist für 39,90 Euro als PDF-Download im BVDW-Online-Shop unter www.bvdw-shop.org erhältlich.
Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die Interessenvertretung für Unternehmen im Bereich interaktives Marketing, digitale Inhalte und interaktive Wertschöpfung.
Weitere Informationen auf der BVDW-Website unter: **www.bvdw.org.**



Mein iPhone & ich

Dies ist ein Buch, das sich mit dieser neuen Technologie befasst und im November 2011 erschienen ist. Vom iPhone in Betrieb nehmen über die Bedienung von iOs bis zu Kameratechnik und ausgewählten Apps – praktisch alles, was dieses System betrifft, wird in diesem Buch detailliert und ausführlich geschrieben.

Autoren des über 500 Seiten starken Buches sind Michael Krimmer und Anton Ochsenkühn, die ihr Werk mit über 100 Fotos, Ausdrucken und Zeichnungen ausgestattet haben.

Smartphones sind inzwischen Alleskönner – mit Internetfunktion, einer eigenen Nachrichtenzentrale mit Adressbuch, mit Film- und Videokamera, Unterhaltungsgeräten und vielem mehr. Immer mehr Apps und Anwendungsmöglichkeiten kommen hinzu. Das Buch ist so aufgebaut, dass auch ein Anfänger mithilfe der vielen Abbildungen in der Lage ist, die gebotenen Möglichkeiten zu finden und praktisch zu nutzen. Langjährige iPhone-Nutzer werden neue Tipps und Tricks und interessante neue Einstellungsmöglichkeiten entdecken.

In der Video- und Fotowelt zeichnen sich dank der ständigen technischen Weiterentwicklungen von Smartphones gravierende Veränderungen ab. Gibt es bald für Fotografen die eingeführten Kamerasysteme nicht mehr? Immer mehr interessante Zusatzgeräte für iPhone & Co. kommen auf den Markt und auch hierüber findet man in diesem umfassenden und guten Buch Informationen mit Preisen und Bestellmöglichkeiten.

Übersichtliche Indexseiten mit alphabetischer Ausrichtung runden dieses empfehlenswerte Praktikerbuch ab.

„Mein iPhone & ich" ist erschienen im amac-buch Verlag und unter ISBN 978-3-940285-70-6 zum Preis von 19,95 EUR erhältlich.

Impressum

VISUELL aktuell

Informationen für Bildkäufer, Agenturen und Fotoproduzenten

Herausgeber: Dieter Brinzer

Adresse: Presse Informations Aktiengesellschaft (PIAG), Rathausplatz 7, 76532 Baden-Baden, www.piag.de

Tel.:+49 (0) 7221 3017560 | **Fax:**+49 (0) 7221 30175-70

Redaktion: Dieter Franzen, Jennifer Rothen, Kathrin Bartel, Ulla Baum, Dieter Brinzer. Weitere Mitarbeiter sind bei den jeweiligen Beiträgen vermerkt.

Lektorat: Ulla Baum

Tel.:+49 (0) 7221 3017560 | **E-Mail:** redaktion@piag.de

Marketing und Anzeigen: Celina Thomsen

Tel.: +49 (0) 7221 3017560 | **E-Mail:** anzeigen@piag.de

Anzeigenpreise siehe Mediadaten unter www.piag.de

Abonnement: Thea Gutzeit

Tel.: +49 (0) 7221 3017560 | **E-Mail:** bestellung@piag.de

Erscheinungsweise:
VISUELL aktuell erscheint jeweils am 15. Januar, 15. April, 15. Juli, 15. Oktober als Onlinemagazin + Printausgabe.

Bezugskosten 2012: Deutschland / Europa als PDF € 25.00 / Print € 32,40 pro Jahr frei Haus, vierteljährliche Erscheinungsweise zzgl. 52 x Newsletter von piag.de mit monatlich über 100 Meldungen in wöchentlichem Versand.

Verlängerung automatisch, soweit nicht sechs Wochen vor Ablauf des Bezugszeitraums gekündigt wurde.

Grafik: EGS Fischer, Baden-Baden | **E-Mail:** grafik@piag.de

Bank: Postbank Karlsruhe, BLZ 660 100 75, Kto.-Nr.: 27454-756

BIC/SWIFT-Code: PBNKDEFF660

IBAN: DE18660100750027454756

Kreditkarten: VISA, Eurocard/MasterCard

ISSN: 2194-7139

PLZ Anwälte



Rechtsanwalt **Alexander Koch,** Autor von „Handbuch zum Fotorecht“, Kaiserdamm 85, 14057 Berlin, Telefon: 030 51059209, E-Mail: post@rakoch.de



PÖTZL & KIRBERG Fachanwaltskanzlei für Urheber- und Medienrecht, Friedensallee 25, 22765 Hamburg, Telefon 040 / 399 247 30, Fax 040 399 247 28, E-Mail: info@puk-medienrecht.de, www.puk-medienrecht.de



RA David Seiler, www.fotorecht.de, Damaschkeanger 186, 60488 Frankfurt am Main

PLZ Bildbeschaffung (Artbuyer, Bildredakteure)



Bildredakteur für Magazine, Zeitungen, Entwicklungsprojekte, Urlaubs- und Schwangerschaftsvertretung bundesweit. Englisch und Französisch. Stephan Gabriel, Hamburg, Tel. 040 / 563706, E-Mail: photo@stephan-gabriel.de

Bildredaktion Hamburg. Freier Bildredakteur, Art Buyer und Fotograf übernimmt Aufträge bundesweit. Schnell. Professionell. Und mit dem Blick für wirklich gute Fotografie. Diplom-Kommunikationsdesigner Bob Heinemann, mail@bobheinemann.de, Tel. 0171 9338265, www.bildredaktion-hamburg.de

Internationale Recherchen für Bild (bei Bedarf inkl. Text). Wir recherchieren hartnäckig, verhandeln intensiv und garantieren eine klare Kommunikation. Schnell und gründlich. Claudia Gossmann, Hamburg, Tel. 040 43099753, Mobil 0151 12885956, E-Mail: cgossmann@weltbuero.eu, www.weltbuero.eu



Picture Worx, international erfahrene Bildredakteurin bietet Bildredaktion, -beschaffung, -konzeptentwicklung, Fachseminare, Vorträge, www.picture-worx-koeln.de



Red.Sign GbR, Anja Schlatterer, Alexanderstr. 171, 70180 Stuttgart, www.redsign.de, Bildredaktion, Grafik, Redaktion. Tel. 0711 620083-66, E-Mail: anja.schlatterer@redsign.de



www.Freie-Bildredakteure.de . Wir vermitteln deutschlandweit Bildredakteure an Werbeagenturen, Verlage und Unternehmen. E-Mail: office@freie-bildredakteure.de, Tel. 08234 809840

PLZ Footage



ClipDealer, lizenzfreie Footage Clips in diversen Auflösungen zum Fixpreis und sofortigen Download. www.clipdealer.de

Stockfood GmbH – Lizenzfreie Footage Clips rund um das Thema Essen, Trinken, Lifestyle für Online-Projekte bis Kinoproduktionen. Stockfood GmbH, Tumblingerstr. 32, 80337 München. Tel.: 089 74720242, www.stockfood.com

PLZ Fotografen (Auftragsfotogr., Bildjournalist, Werbung)



www.schunk-fotografien.de – Eigene Fotografien zu verschiedenen Bildthemen zum Ansehen, Kennenlernen, Kontakten, usw. E-Mail: horst.schunk@t-online.de



www.LeoHimsl.com – Werbefotografie, Sportmode, Actionsports, Tourismus, Wellness, E-Mail: office@leohimsl.com, Tel.: 0043 (0) 7752 71 442

PLZ Illustratoren



www.illudirectstockillustrations.com – Derzeit 3.500 Bilder von internationalen Künstlern von höchster Qualität. Mit Links zu den verschiedenen Webseiten unserer Illustratoren, Spezialaufträge werden übernommen. E-Mail: info@illudirect.com, Tel.: 0031 – 654 725222, Casparuslaan 505, 1382 KR Weesp, NL.

Vorschau VISUELL aktuell 4/2012

Bestandsaufnahme und Revue des Bildmarktes in der derzeitigen Situation werden das zentrale Thema sein.
Die Namen bekannter Bildanbieter sind verschwunden. Newcomer haben sich etabliert und nutzen die Technologie der Zeit. Werbeagenturen und Verlage sowie alle Bildverbraucher verlieren Marktanteile.
Welche Möglichkeiten gibt es zum Überleben? Preissenkungen über das bereits sehr niedrige Preisniveau heraus sind ein falsches Signal. Die Redaktion Ihrer Fachzeitschrift hört sich bei Bildverbrauchern und Bildanbietern um. Auch Ihre Meinung ist gefragt. Machen Sie Vorschläge, weisen Sie auf Missstände hin und sagen Sie uns Ihre Meinung.
Bildleute waren immer sehr kreativ und die Branche wird weiter bestehen, wenn auch die „Goldenen Jahre“ vorbei sein dürften.

Lesermeinung

Das Thema Smartphone-Fotografie in der letzten Ausgabe unseres Magazins erbrachte eine überraschend große Resonanz. Der Bildredakteur einer Zeitschrift meinte: „Bis jetzt haben wir derartige Angebote nicht akzeptiert, aber es hat sich offenbar technisch einiges bewegt.“
Aus Platzgründen können wir leider keine weiteren Zuschriften zu diesem interessanten Thema hier veröffentlichen.

NACH REDAKTIONSSCHLUSS

17. PACA Konferenz

Vom 19. bis 21. Oktober 2012 findet in Chicago die 17. internationale PACA Konferenz statt.
Die Veranstalter haben für den Ablauf der PACA 2012 alle Kundenwünsche und Anregungen so weit wie möglich einfließen lassen, um ein teilnehmerfreundliches Programm bieten zu können.
Die Frühbucherrabatte sind höher denn je und die Preise sind gegenüber 2011 sogar reduziert worden, obwohl wieder ein umfangreiches Programm geboten wird und die Möglichkeit, Kontakte zu knüpfen.
Ab sofort ist die Anmeldung für die PACA 2012 International Conference 2012 möglich.
For more conference information, go to:
www.pacaoffice.org/conference.shtml

VISUELL aktuell



3_2012

Abo-Bestellung für 2012/13

Erscheinungstermine:
15. Januar, 15. April, 15. Juli, 15. Oktober.



2_2012

Name

Firma

Straße

Stadt

Telefon

Fax

E-Mail



1_2012

VISUELL aktuell für ein Jahr als PDF

sowie 52 x Newsletter von piag.de	25,00 Euro
VISUELL aktuell als Druckversion	32,40 Euro

Verlängerung automatisch, soweit nicht sechs Wochen vor Ablauf des Bezugszeitraums gekündigt wurde.



4_2011

Datum

Unterschrift

Presse Informations AG, Rathausplatz 7, D-76532 Baden-Baden
per E-Mail Bestellung@piag.de oder per Fax an +49 (0) 7221 30175-70